

VYSOKÁ ŠKOLA BAŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Založení franchisingové pobočky

Establishing Franchise Branch

Student:

Jaroslav Kolář

Vedoucí bakalářské práce:

doc. Ing. Marie Mikušová, Ph. D.

Ostrava 2016

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra managementu

Zadání bakalářské práce

Student: **Jaroslav Kolář**
Studijní program: **B6208 Ekonomika a management**
Studijní obor: **6208R037 Management**
Téma: **Založení franchisingové pobočky**
Establishing Franchise Branch
Jazyk vypracování: **čeština**

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretický podklad problematiky podnikání se zaměřením na franchising
3. Představení konkrétní společnosti hodlající podnikat v rámci franchisingu
4. Aplikace franchisingového podnikání u konkrétní společnosti
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

BOONE, Louis E. and David L. KURTZ. *Contemporary Business. International Student Version*. 14th ed. New York: Wiley, 2011. ISBN 978-0-470-8737-62.

ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. *Franchising, podnikání pod cizím jménem*. 3. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-174-4.

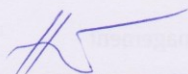
VÁCHAL, Jan, Marek VOCHOZKA et al. *Podnikové řízení*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4641-5.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

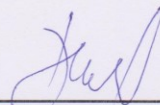
Vedoucí bakalářské práce: **doc. Ing. Marie Mikušová, Ph.D.**

Datum zadání: 20.11.2015

Datum odevzdání: 06.05.2016



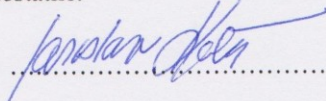
doc. Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry



prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracoval samostatně.

V Ostravě dne 6.5.2016


.....

jméno a příjmení studenta

Poděkování

Mé poděkování patří především paní doc. Ing. Marii Mikušové, Ph. D. za vedení a poskytnutí odborných rad při psaní bakalářské práce. Také bych chtěl poděkovat své rodině a nejbližším přátelům za projevenou podporu.

Obsah

1	ÚVOD	6
2	TEORETICKÝ PODKLAD PROBLEMATIKY PODNIKÁNÍ SE ZAMĚŘENÍM NA FRANCHISING	8
2.1	Historie franchisingu	8
2.2	Základní pojmy.....	10
2.3	Základní znaky franchisingové spolupráce	11
2.4	Výhody a nevýhody franchisingu.....	13
2.4.1	Výhody a nevýhody u poskytovatele licence	13
2.4.2	Výhody a nevýhody u příjemce licence	14
2.4.3	Makroekonomické výhody.....	14
2.4.4	Makroekonomické nevýhody.....	15
2.5	Franchisingové systémy (druhy franchisingu).....	16
2.6	Postup zájemce o franchisingové podnikání.....	16
2.7	Založení franchisingového podniku	17
2.7.1	Nabídková brožura	17
2.7.2	Manuál	17
2.7.3	Kontrolní otázky	18
2.7.4	Způsoby založení franchisingové sítě	19
2.7.5	Pilotní provoz	19
2.8	Smlouva o budoucí franchisingové smlouvě	20
2.9	Franchisingová smlouva	20
2.9.1	Obsah smlouvy	20
2.9.2	Práva a povinnosti smluvních stran	21
2.9.3	Územní exkluzivita	21
2.9.4	Určení ceny a povinné odběry zboží	22
2.9.5	Franchisingový poplatek	22
2.9.6	Školení a kontrola franchisanta.....	22
2.9.7	Know-how a ochranná známka	23

2.9.8	Doba platnosti smlouvy	23
2.9.9	Zákaz konkurence	24
2.10	Právní předpisy	24
2.11	Daňové přepisy	25
2.12	Podnikatelský plán	26
2.12.1	SWOT analýza podnikatelského plánu	27
2.13	Podnikání v malé firmě	27
3	PŘEDSTAVENÍ KONKRÉTNÍ SPOLEČNOSTI HODLAJÍCÍ PODNIKAT V RÁMCI FRANCHISINGU	29
3.1	Konkrétní požadavky mezi franchisorem a franchisantem	30
4	APLIKACE FRANCHISINGOVÉHO PODNIKÁNÍ U KONKRÉTNÍ SPOLEČNOSTI ...	33
4.1	Založení společnosti	33
4.2	Podnikatelský plán	35
4.2.1	Podnikatelský záměr	35
4.2.2	Vedení společnosti (Franchisor)	36
4.2.3	Vedení společnosti (Franchisant)	36
4.2.4	Místo umístění franchisingové pobočky	37
4.2.5	Provozní doba	38
4.2.6	Zaměstnanci	38
4.2.7	Nabízené produkty a jejich marže	39
4.2.8	Analýza konkurence	40
4.2.9	SWOT analýza	42
4.2.10	Rizika projektu	42
4.2.11	Marketingová propagace	43
4.2.12	Zřizovací výdaje	43
4.2.13	Investiční výdaje	44
4.2.14	Provozní náklady	45
4.2.15	Mzdové náklady celkem	45
4.2.16	Celkové náklady	45
4.2.17	Roční celkové výnosy	46
4.2.18	CF optimistická verze	47

4.2.19	VZZ optimistická verze	48
4.2.20	CF pesimistická verze	49
4.2.21	VZZ pesimistická verze	50
4.2.22	CF za jednotlivé roky licence	50
4.2.23	VZZ za jednotlivé roky licence	51
4.2.24	Zhodnocení.....	52
5	ZÁVĚR.....	54
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	55
	SEZNAM ZKRATEK.....	57
	PROHLÁŠENÍ O VYUŽITÍ VÝSLEDKŮ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE	
	SEZNAM PŘÍLOH	

1 Úvod

V dnešní době je vlastní podnikání stále více rozšířenou metodou na získání peněžních příjmů. Každý podnikatel, který přichází s vlastní kůží na trh, chce být do značné míry samostatný a hlavně úspěšný. Je ochoten vložit maximální úsilí a jednotlivé prostředky, do tohoto cíle a očekává na oplátku, že se mu tato píle vrátí v hojné míře zpět. Praxe bývá často velmi opačná a takové podnikání končí především katastrofou. Proto je důležité, aby každý takový jedinec, si předtím, než tento krok bude chtít opravdu realizovat, uměl zjistit a promyslet, jednotlivé plusy a mínusy vycházející z daného podnikatelského záměru. Vypracování podnikatelského plánu se tak stává důležitým milníkem. Tento krok by se tak měl stát prvním a důležitým bodem v každém začínajícím podnikání.

Cílem mé bakalářské práce bude tedy zpracování problematiky podnikání. Konkrétně franchisingového podnikání ve společnosti INREAL, s.r.o., která provozuje kavárnu Mlsná kočka na náměstí Dr. E. Beneše v Holešově.

Práce bude rozdělena na tři části. První část se zaměří na teoretický podklad. Ve druhé části bude představena konkrétní franchisingová společnost a poslední třetí část se bude zabývat praktickým postupem v podnikání toho typu.

V teoretické části se zaměříme na historii, počátky podnikání touto formou jak u nás tak i v zahraničí. Vysvětleny budou základní pojmy jako franchising, franchisor, franchisant, franchisingová smlouva a jiné další. Rozebrány budou také různé výhody a nevýhody vyplývající z této formy a možné důsledky pro okolní svět a společnost. Důležitým bodem bude pak založení franchisingového podniku, rozklad franchisingové smlouvy na jednotlivé okruhy, důležité právní a daňové předpisy, které patří mezi základ této problematiky. V závěru se zaměříme stručně na podnikatelský plán, SWOT analýzu, malé a střední podniky.

V druhé části si představíme již zmíněnou existující společnost, která se rozhodla poskytnout franchisingovou licenci. Budou také definovány i konkrétní požadavky mezi oběma stranami tohoto vztahu.

Praktická a zároveň poslední část práce, bude obsahovat založení společnosti s ručením omezeným a následného vypracování konkrétního podnikatelského plánu pro nově otevřenou pobočku kavárny. V tomto plánu bude nastíněna problematika trhu, analýza prostřední, rizika,

nákladů a výnosů, příjmů a výdajů. Dále pak bude vypracován přehled o peněžních tocích a výkaz zisků a ztrát za první rok a také za celková léta fungování v rámci franchisingové licence. Závěrem pak bude určité konečné zhodnocení celé situace a doporučení, zda touto formou podnikání je výhodné začít podnikat.

2 Teoretický podklad problematiky podnikání se zaměřením na franchising

Následující kapitoly se zaměří na vymezení problematiky o moderní, originální, úspěšné a jednoduché formě podnikání zvané franchising. Nebude chybět historie, členění, počátky podnikání, fungování na českém trhu, výhody a nevýhody, základní pojmy, způsoby založení, franchisingová smlouva, podnikový plán atd.

2.1 Historie franchisingu

Slovo „franchising“ pochází ze středověku z francouzského výrazu „franchise“, kterým se označovalo osvobození od cla a daní. Později tímto slovem byla označována privilegia, kterými král udělil vybraným osobnostem právo vyrábět výrobky nebo s určitými výrobky obchodovat na přesně vymezeném území (Řezníčková, 2010).

V pozdějších letech se slovo „franchising“ začalo používat i ve Velké Británii a v USA. Označovalo se jím přenechání určitých pravomocí od krále (panovníka) vybraným osobnostem a udělení monopolního práva za odměnu vyrábět výrobky, na jejichž výrobě měl král (panovník) zájem, nebo také uvést obchod s určitými výrobky (Řezníčková, 2010).

V neposlední řadě bylo slovo „franchising“ označování jako povolení nebo souhlas využívat ke komerčním účelům práva, která patřila jinému. Původní význam slova se tak dostával stále více do pozadí (Řezníčková, 2010).

První velký rozmach nastal ve Spojených státech na počátku 20. století. V roce 1899 firma Coca – Cola poskytovala franchise licence na stáčení svého hnědého nápoje. Po roce 1913 začal Henry Ford masově vyrábět automobily a tím spustil první velkou vlnu franchisingu (ifranchising.cz, 2009).

Druhou vlnu franchisingu se stalo období po 2. světové válce, kdy se franchising rozšířil do Evropy pomocí řetězce rychlého občerstvení McDonald's, který vznikl v roce 1955 a postupně se začal rozšiřovat po celém světě (ifranchising.cz, 2009).

Franchisingové podnikání je obrovskou součástí ekonomiky Spojených států, představující téměř 50% všech maloobchodních tržeb. Mezinárodní franchisingová asociace (The

International Franchise Association) uvedla, že franchising je zodpovědný za 900 000 společností, v hrubém odhadu za téměř 870 bilionů dolarů. Sektory podniků, které momentálně zažívají nejvyšší vzrůst, jsou rychlé občerstvení, maloobchody s potravinami a osobní či podnikatelské služby (Boone, Kurtz, 2011).

Začátek franchisingu v České republice se datuje od roku 1991 (první zmínky se objevují již v roce 1989, tehdy ještě v Československu), kdy se objevily první franchisingové systémy. Mezi první sítě působící na našem trhu patřil McDonald's, YVES ROCHER a OBI. Právě tyto sítě to měly na našem území s rozjezdem hodně těžké. Lidé neměli dostatek informací o nové formě podnikání, zajímali se o své vlastní firmy a o možnostech franchisingu neměli ponětí (franchising.cz, 2008).

Důležitým krokem v rozvoji bylo založení České asociace franchisingu (ČAF) v roce 1993. Asociace si kladla za cíl podporovat rozvoj stávajících franchisingových systémů a vytvářet příznivější podmínky pro rozvoj tohoto způsobu podnikání (franchising.cz, 2008).

Podle české asociace franchisingu působí dnes na našem území více než 200 franchisingových systémů a sítí rozdělených do oblasti služeb a obchodu. Pro zajímavost v roce 2010 jich bylo něco okolo 150. V roce 2013 bylo na českém trhu celkem 6 152 franchisingových poboček a 4 966 franchisantů. Velkým úspěchem je i expanze českého franchisingového trhu za hranice. V roce 2013 to bylo okolo 40 franchisingových systémů. Mezi nejlepší franchisingové koncepty podle poboček (vlastních i franchisingových) k 31.12.2014 patří:

1. Hudební škola YAMAHA (hudební vyučování) – 283 poboček
2. Fornetti (distribuce pekárenských polotovarů) – 195 poboček
3. BestDrive (autoservis, pneuservis) – 164 poboček
4. BENU lékárna (medicínská a preventivní péče) – 120 poboček
5. RE/MAX Česká republika (realitní služby) – 108 poboček
6. Helen Doron Englis (výuka angličtiny) – 99 poboček
7. McDonald's (gastonomie) – 95 poboček

Trh franchisingu se tak nestále posouvá v před, ať již počtem konceptů, které na něm působí, nebo také počtem poboček. Přináší také důležité pracovní příležitosti do všech regionů. Franchising se proto stává důležitou a perspektivní součástí našeho trhu (ČAF, 2015).

V dnešní době je míra bankrotů u malých firem, které podnikají v rámci franchisingu podstatně nižší než u malých soukromých podnikatelů (Machková, Černohlávková, Sato a kolektiv, 2014).

2.2 Základní pojmy

Je třeba si definovat důležité základní pojmy, které se týkají problematiky franchisingu a budou nás provázet po celou práci. Jsou to následující:

Franchising nemá určenou základní definici, proto jako příklad jsou uvedeny následující:

Obecně znamená vztah dvou nebo více samostatných právnických osob nebo fyzických osob, jehož právním základem je franchisingová smlouva (Řežníčková, 2010).

Je odbytový systém, jehož prostřednictvím se uvádějí na trh výrobky, služby nebo technologie (ifranchising.cz, 2009).

Je systém založený na prodeji zboží, služeb nebo technologií, který se úzce a trvale týká spolupráce mezi právně a finančně odlišnými a nezávislými podniky, poskytovatelem franchisingu a jeho franchisanty (euro.e15.cz, 2012).

Franchising kombinuje velké a malé společnosti v jednotlivé subjekty a je taktéž majoritním faktorem pro růst malých podniků. Je smluvní podnikatelskou dohodou mezi výrobcem nebo jiným dodavatelem a obchodníkem, jako jsou např. provozovatelé restaurací nebo maloobchodníci. Smlouva specifikuje metody, kterými obchodník prodává produkt dodavatele (Boone, Kurtz, 2011).

Franchisa je určitá licence, nebo právo, opravňující franchisanta provozovat koncepci franchisora vlastním jménem a na vlastní zodpovědnost (ČAF, 2015).

Franchisingová smlouva je právním vyjádřením vztahu franchisora (poskytovatel licence) a franchisanta (franchisee, příjemce licence), partnerů franchisingového podnikání. Je základem jejich dlouhodobé spolupráce. Ve franchisingové smlouvě jsou zakotvena veškerá pravidla a principy fungování vztahu mezi franchisorem a franchisantem (Řežníčková, 2010).

Smlouva může být vyhotovena ve dvou verzích, buď jako Master franchisingová smlouva nebo jako přímá franchisingová smlouva. Kombinace těchto typů smlouvy je možná.

Master franchisingová smlouva opravňuje franchisanta poskytovat ve vymezeném území franchising dalším franchisantům (tzv. sublicence) (Řežníčková, 2010).

Přímá franchisingová smlouva nám říká, že franchisant je oprávněn pouze využívat Franchisingovou licenci (Řežníčková, 2010).

Master-franchising je franchising, který přesahuje území daného státu, je provozovaný tzv. v mezinárodním měřítku. (ČAF, 2015).

Master-franchisa je franchisingová licence pro území cizího státu (ČAF, 2015).

Master-franchisor je majitel franchisingového konceptu, který uděluje franchisu do zahraničí (ČAF, 2015).

Master-franchisant je tuzemský příjemce franchisingové licence získané od zahraničního franchisora (ČAF, 2015).

Master-franchisingová smlouva znamená tzv. hlavní smlouvu, která upravuje základní vztahy mezi master-franchisorem a master-franchisantem opravňujícím master-franchisanta uzavírat jako franchisor franchisingové smlouvy s dalšími franchisanty (ČAF, 2015).

Franchisingový balík představuje souhrn práv, znalostí, povinností, které musí plnit franchisant (ČAF, 2015).

Franchisingové poplatky jsou platby za licenci a další služby, které platí franchisant franchisorovi (ČAF, 2015).

Franchisingová síť je obchodní a organizační propojení mezi franchisorem a všech jeho franchisantů. Podporu zajišťuje franchisingová centrála (ČAF, 2015).

Know-how je to soubor nepatentovaných a praktických znalostí, které vycházejí z ověřených zkušeností od franchisora. Jsou tajné, pro franchisingové podnikání podstatné a identifikovatelné (ČAF, 2015).

2.3 Základní znaky franchisingové spolupráce

Je třeba si uvědomit, že mezi základní znaky patří právě tyto body:

- Franchisor je vlastníkem ochranné známky a značky franchisingové sítě,

- franchisor sám otestoval podnikatelský záměr a prokázal jeho rentabilitu,
- franchisant vede podnik pod jménem franchisora jako nezávislý podnikatel a jeho výdělek je zisk vytvoření při této činnosti,
- franchisant financuje podstatnou část investice do otevření podniku a nákupu zboží,
- franchisant je vlastníkem majetku v podniku,
- franchisor předává franchisantovi znalosti o tom, jak správně podnikat (tzv. know-how),
- franchisant hradí licenční poplatky a rovněž měsíční franchisingový poplatek za používání know-how (buď jako formou poplatku, anebo v maržích na produktech, které mu prodává franchisor),
- franchisant určuje ceny zboží nebo služeb ve svém podniku. Zisk (je-li takový) nezávisí tedy pouze na výši prodeje, ale také na sjednané marži na produktech,
- franchisor má obvykle určitý vliv na druh a rozmanitost sortimentu v podniku,
- pravidla pro spolupráci franchisora s franchisantem upravuje franchisingová smlouva a pokyny, jak správně podnikat v rámci franchisingu obsahuje operační manuál (franchising.cz, 2008).

Řezníčková (2010, s. 8) vymezila, že mezi základní znaky patří:

- „Dlouhodobá smluvní spolupráce franchisora a franchisanta,
- vertikálně organizovaná struktura systému,
- právní a částečná podnikatelská samostatnost franchisanta,
- poskytnutí práva užívat ochrannou známku, obchodní firmu (jméno) franchisora, obchodní značku jeho výrobku (služeb, technologií), výrobní a obchodní tajemství, know-how, image, zkušenosti, odbytové a marketingové programy,
- povinnost franchisanta jednat stanoveným způsobem,
- právo franchisora řídit a kontrolovat franchisový systém,

- podporovat franchisora při výstavbě a vedení podniku.“

2.4 Výhody a nevýhody franchisingu

Spolupráce mezi franchisorem a franchisantem přináší řadu výhod i samozřejmě nevýhod, které jsou součástí jakéhokoli jiného typu obchodních dohod. Jak říká Řezníčková (2010, s. 15) „Každá strana má snahu minimalizovat nevýhody a maximalizovat výhody. V tomto úsilí by však strany neměly opomíjet jejich společné cíle, mezi které patří zejména: výhodnější pozice na trhu, nižší náklady, reálnější finanční hospodaření a promyšlenější organizace řízení.

2.4.1 Výhody a nevýhody u poskytovatele licence

U podnikatelů, kteří se rozhodnout být poskytovatelé franchisingu nebo-li franchisorem, bývá rozhodující výhodou, že chtějí co nejrychleji expandovat a pronikat na trh, zajistit si jistější a rychlejší odbyt a tím dosáhnout lepší konkurenceschopnosti a také narůstání síly značky. Druhou nejčastější výhodou je přesunutí a rozložení části nároků na příjemce franchisingu, o které se musí poskytovatel dobře starat, aby se podnikání každému z nich dařilo co nejlépe, protože úspěch jeho příjemců je totiž i jeho vlastním úspěchem (ifranchising.cz, 2005).

Poskytovatel musí naopak vynaložit značné úsilí, nemalý čas, kapitál a své know-how do vybudování efektivního franchisingového systému. Při budování a rozšiřování sítě musí vybírat jen takové franchisingové partnery, kteří budou schopni a ochotni dodržet kvalitu, která se očekává a nepoškodí tak dobré jméno celého řetězce. Nemůže řídit provozovny franchisantů, ale aby udržel kvalitu a dobré jméno, je nucen kontrolovat, zda jednotliví příjemci určené standardy kvality dodržují (ifranchising.cz, 2005).

Běžné důvody neúspěchu franchisora: nedostatečné vedení, špatný výběr týmu profesionálních poradců, selhání v poskytnutí podpory nebo kontroly, nedostatek franchisingových komunikačních systémů, špatné operační manuály, neschopnost konkurovat větším franchisorům, nepoužitelné ekonomické vztahy s příjemcem licence, nedostatečná finanční kontrola, špatná strategie vztahů s veřejností, nesprávné dokumenty, vstup do již přesyceného trhu, nedodržování systémů, nedostatečný průzkum trhu, nevhodné finanční nároky (Sherman, 2011).

2.4.2 Výhody a nevýhody u příjemce licence

Příjemcem franchisingové licence od poskytovatele bývá nejčastěji malý a nepříliš zkušený podnikatel (podniká pod vlastním jménem, na svůj účet, na své riziko a své náklady), který využívá „zapůjčené“ jméno a značku od poskytovatele (ifranchising.cz, 2005).

Ve „svém“ podniku má možnost se aktivně realizovat v rámci koncepce vytvořené poskytovatelem a v rozsahu sjednaných ve franchisingové smlouvě. Pro příjemce to přináší řadu výhod. Zejména pak jistější a rychlejší vstup na trh, výrazné snížení rizika podnikání, získání hotového a vyzkoušeného obchodního a podnikatelského konceptu, know-how (které by jinak nabyt až po několika letech vlastního provozování), získává podporu v podobě poradenství, školení, vzdělávání, tréninku, dále pak podporu v managementu a marketingu. Příjemce má také možnost přímo nakupovat od poskytovatele za nižší ceny. V neposlední řadě získá lepší přístup k úvěrům, leasingu a pojištění (ifranchising.cz, 2005).

Naopak velkou nevýhodou je určitá závislost na poskytovateli. Případný úspěch nebo neúspěch, osamostatnění a odchod není jednoduchý. Příjemce se musí podřídit pokynům a dodržování kvality a je nucen omezit řadu svých vedlejších obchodních aktivit a prodávat pouze určený sortiment od určených dodavatelů. (ifranchising.cz, 2005).

Další nevýhodou je nedodržení systému. Mnozí příjemci licence si říkají: „Samozřejmě, že budeme systém dodržovat. Proč bychom vyhazovali do vzduchu peníze? Systém je přece to, za co platíme.“ Ve skutečnosti je právě toto hlavním důvodem neúspěchu. Příjemce licence se snaží změnit zasetý a daný systém a nakonec skončí s velmi slabými výsledky. Proto je velice výhodné každou inovaci konzultovat s poskytovatelem licence (Bisio, 2011).

Mezi další nevýhodu se řadí špatné očekávání. Mnoho příjemců považuje franchisingový systém za jednoduchý nebo se do systému „zamilují“ a o další podstatné informace se nezajímají. Je proto dobré nemít klapky na očích a zjistit si veškeré klady a zápory (Bisio, 2011).

2.4.3 Makroekonomické výhody

Mezi další výhody patří i makroekonomické, to jsou zejména ty, které ovlivňují společnost, ekonomiku a také spotřebitele. Jsou to zejména tyto:

- Tvorba nových samostatných podniků,

- udržení stávajících podniků,
- udržení stávajících pracovních míst,
- urychlení restrukturalizace (transformace) hospodářství,
- produktivnější a hospodárnější využití lidských a podnikových faktorů (know-how, práce, kapitál),
- udržení a podpora středního podnikatelského stavu jako vyrovnávací síly vůči velkopodnikatelům (popřípadě koncernům),
- zdůraznění prvků kvality a spolupráce v oblasti konkurence,
- garance spotřebitelům blízkost služeb (franchising tak můžeme provozovat i v malých městech, kde by se nevyplatilo zřizovat pobočky nebo odštěpné závody),
- dobré a kvalitní výrobky (služby, technologie), které jsou chráněny ochrannou známkou, napomáhají lepšímu přehledu trhu a transparentnosti cen,
- garance a stabilita kvality,
- nové výrobky (služby, technologie) se stávají rychleji dosažitelnými prostřednictvím rychlé expanze franchisingu (Řezníčková, 2010).

2.4.4 Makroekonomické nevýhody

Hlavní nevýhodou je monopolizace (vytváření nového) trhu určitých výrobků (služeb, technologií) expandující franchisorovou firmou nebo přinejmenším v dominanci několika konkurenčních firem. Tato problematika se však redukuje na otázky ochrany hospodářské soutěže (Řezníčková, 2010).

Franchisingové smlouvy není možno předem a paušálně označovat za dohody omezující nebo vylučující hospodářskou soutěž. Citlivé budou zejména otázky, které se týkají exkluzivity a cenové tvorby. V zásadě je nutné, aby všichni účastníci franchisingové sítě byli posuzováni podle stejných podmínek. Také dominantní (popřípadě monopolní) postavení na trhu je potřeba zkoumat velmi pozorně, neboť franchisanti jsou samostatnými podnikateli a dominance značky nebo loga, pod nimiž se výrobky nebo služby nabízejí, zakázaná není (Řezníčková, 2010).

Všechny nevýhody, na obou stranách franchisingového vztahu, lze charakterizovat jako hlavní a zásadní. Každý, kdo má v úmyslu vstoupit do franchisingového vztahu, si musí zvážit, zda je ochoten tyto nevýhody akceptovat a zjistit zda nepřevažují nad výhodami.

V žádném případě by žádná strana neměla být nucena ke vstupu do franchisingového vztahu (Řezníčková, 2010).

Jedním z prostředků, jak eliminovat dopad uvedených nevýhod, je co nejpodrobněji stanovit vyvážení práv a povinností obou smluvních stran ve franchisingové smlouvě a nezapomenout na striktní dodržení (Řezníčková, 2010).

2.5 Franchisingové systémy (druhy franchisingu)

Podle Vochozky, Mulače a kolektivu (2012, s. 512)

„Franchisingové systémy je možné dělit např. podle:

Druhu činnosti:

- Distribuční franchising
- Franchising služeb
- Výrobní franchising
- Smíšený franchising

Druhu know-how předávaného franchisantovi:

- Franchising distribuce produktu
- Franchising formulace podniku

Organizace systému:

- Bezprostřední franchising
- Mnohonásobný franchising
- Master franchising (subfranchising)
- Regionální zastoupení“.

2.6 Postup zájemce o franchisingové podnikání

Podle ČAF (2015, s. 23) je postup následovný:

1. „Získání základních informací o franchisingu,
2. výběr franchisingového konceptu,

3. prověření vybraného konceptu a vlastních možností (např. informace o historii konceptu, jeho pravidlech, pohovor s franchisanty, zjištění finančních požadavků franchisora a nároků na kvalifikaci personálu, příp. druh požadované praxe,...),
4. podrobné seznámení s konceptem, jednání s franchisorem (uzavírá se smlouva o smlouvě budoucí, podrobné informace o know-how, seznámení se s podmínkami provozování konceptu, konkrétní nabídka franchisora k franchisantovi, individuální ujednání...),
5. podpis franchisingové smlouvy, předání dokumentace,
6. realizace franchisingové provozovny,
7. radostné podnikání podle franchisingového konceptu“.

2.7 Založení franchisingového podniku

Před podepsáním franchisingové smlouvy je důležité také splnit následující povinnosti, bez kterých nejde franchisingový podnik založit.

2.7.1 Nabídková brožura

Každá firma, která poskytuje franchising, musí mít vypracovanou tzv. nabídkovou brožuru, v níž je popsán detailně franchisingový systém. Tato „pomůcka“ hraje důležitou roli při vyhledávání potenciálních franchisantů, kterým pak usnadňuje orientaci při výběru vhodného franchisanta. Brožura zpravidla obsahuje nabídku výrobků, služeb nebo technologií, výši vstupních poplatků, závazky franchisanta, pravidla užívání ochranných známek a patentů, územní ochranu, hlavní cíle zisku a další důležité možnosti rozvíjení franchisingu a podmínky ukončení franchisingové smlouvy (Řezníčková, 2010).

2.7.2 Manuál

Manuál zahrnuje podrobné postupy a popis jednotlivých činností vykonávaných při každodenním provozu franchisingového podniku. Důležitou kapitolou je popis know-how a obchodního tajemství. Vzhledem k jeho charakteru ho lze také nazývat jako tzv. kuchařku franchisingového podniku. Prioritní snahou franchisorů je co nejúčelněji jej chránit, aby

nedošlo k jeho prozrazení nebo dokonce zneužití nepovolanými osobami. Franchisoři jej z tohoto důvodu dávají franchisantům k nahlednutí až v rámci předsmělných jednání.

Obsahem každého manuálu by měla být úprava následujících bodů:

1. Úvod by měl obsahovat základní popis konceptu, filozofii systému a základní atributy licence,
2. v druhém bodě je obsazen popis franchisingového podniku jako celku a jeho jednotlivých částí,
3. zde je obsažen rozbor jednotlivých činností vykonávaných na všech pracovištích franchisingového podniku. Je zde nutné také uvést i možné závady, které by se při provozu mohly vyskytnout. Důležitým bodem jsou i telefonní čísla např. na servisního technika apod.,
4. v této části je třeba stanovit důležité aspekty provozu jako např. vybavení podniku, provozní a otevírací dobu, normy a technologie pro výrobky (služby), popis a výpočet poplatků, popis účetnictví a zejména účetních postupů, platební styk a jeho kontrola, reklamní a marketingové techniky, postup při přijímání zaměstnanců do pracovního poměru a jejich následné školení, vzhled a úpravu chování zaměstnanců k zákazníkům, popis jejich oblečení, povinnosti zaměstnanců, rozpis směn a postup jejich střídání, pojistné a způsob jeho placení, inventuru zásob atd.,
5. výbornou pomůckou jsou i vzorové formuláře jako např. formulář pracovní smlouvy, dohoda o hmotné odpovědnosti a ochraně obchodního tajemství, dohody s dodavateli atd.,
6. poslední část by měla obsahovat adresář s adresy a telefonními spojeními na členy franchisingové sítě.

Obsah manuálu může být doplněn o další body, které odpovídají specifikům každého franchisingového konceptu (Řezníčková, 2010).

2.7.3 Kontrolní otázky

Jedním z posledních důležitých předpokladů pro založení franchisingového podniku je systém tzv. kontrolních otázek. Kontrolní otázky jsou různé jak pro franchisanta tak i pro franchisora.

Franchisant si nejčastěji klade otázky k vlastní osobě, ke vztahu k partnerovi (franchisorovi), ke vztahu k trhu, ke vztahu k výrobku nebo službě, k franchisingovému balíku, k financování a podnikání.

Franchisor si nejčastěji odpovídá na otázky k franchisantovi, zda je schopný, jakou má za sebou profesní zkušenost, jaké má finanční možnosti a v jaké finanční situaci se právě teď nachází, jaké má reference, bude dobrým franchisantem, jak a dlouho se udrží na trhu apod (Řezníčková, 2010).

2.7.4 Způsoby založení franchisingové sítě

Podle Řezníčkové (2010, s 26) franchisingový podnik je založený zpravidla dvěma základními způsoby:

„První z nich spočívá v tom, že franchisor již od začátku svého podnikání vytváří franchisový podnik. Druhým a zpravidla častějším způsobem franchisor nejprve vytvoří svůj vlastní podnik a poté se ho pomocí franchisingu snaží rozšířit. Franchisor tedy nejprve ve svém vlastním podniku vyzkouší systém podnikání a poté ho nabídne k využití dalším podnikatelům (franchisantům)“.

2.7.5 Pilotní provoz

Nutnou povinností před poskytnutím licence je dobré uskutečnit tzv. pilotní provoz v provozovnách (podnicích) franchisora. Prostřednictvím pilotního provozu franchisor vyzkouší v praxi svou podnikatelskou myšlenku a na jejím základě vytvořenou podnikatelskou koncepci. Tato fáze je velmi finančně náročná a může trvat i několik let, protože pilotní provoz musí splnit svůj účel, a to je, aby byl obsahově, ekonomicky a právně promyšleným projektem.

Je dobré, aby pilotní provoz splňoval tyto následující cíle:

1. Zjistit, zda podnikatelský koncept je životaschopný a konkurenceschopný,
2. měl by definovat problémy, kterou nejsou na první pohled zjevné (např. problémy s konkurenceschopností výrobku nebo služeb, marketingové a reklamní postupy,

vybavení prodejny, chování zaměstnanců, bezpečnost a ochrana zdraví při práci apod.),

3. zjistit nejvhodnější vnitřní a vnější vybavení podniku,
4. stanovit vhodnou otevírací dobu podniku,
5. stanovit vhodnou reklamu a propagaci,
6. připravit jednoduchý systém kontroly, inventury a účetnictví,
7. stanovit rámcový obsah provozní příručky,
8. zvolit dobré umístění provozovny (Řezníčková, 2010).

2.8 Smlouva o budoucí franchisingové smlouvě

Tato smlouva předchází franchisingové smlouvě a upravuje vztah mezi franchisorem a franchisantem do doby, než je podepsána řádná franchisingová smlouva. Předmětem této smlouvy je především ochrana informací, jež si smluvní strany v rámci prvotních jednání vymění. Součástí také bývá závazek do jaké doby má být franchisingová smlouva podepsána a jaké podmínky do té doby musí být splněny. Je to především účast a úspěšné zakončení úvodního školení, úprava provozovny podniku do jednotné podoby franchisingového podniku atd (Řezníčková, 2010).

2.9 Franchisingová smlouva

Je základním, stěžejním a důležitým dokumentem mezi franchisorem a franchisantem, který jasně a srozumitelně definuje hranice, v kterých se jejich budoucí spolupráce bude pohybovat. Je proto důležité se zaměřit na tyto body.

2.9.1 Obsah smlouvy

Každá franchisingová smlouva by měla podle Řezníčkové (2010, s 37) zahrnovat úpravu následujících bodů:

1. „stanovení typu spolupráce smluvních partnerů,
2. předmět smlouvy, včetně práv na označení, vzhled obchodů a provozoven a dalších identifikačních znaků franchisora,

3. rozsah smlouvy a specifikace prodáváných výrobků a/nebo poskytovaných služeb a/nebo technologií,
4. postavení a práva franchisora,
5. postavení a práva franchisanta,
6. oprávnění a povinnost franchisora rozvíjet a dále zdokonalovat franchisingový systém,
7. povinnosti franchisora,
8. povinnosti franchisanta,
9. vztahy v rámci franchisingové sítě, vztahy ke konkurenci a ke třetím osobám,
10. dodací a platební podmínky a vedení účetnictví,
11. školení franchisanta a jeho zaměstnanců,
12. franchisové poplatky,
13. předkupní právo franchisora a podmínky prodeje či postoupení franchisového podniku,
14. právní nástupnictví,
15. délka trvání franchisingové smlouvy a možnosti dalšího prodloužení,
16. podmínky ukončení smlouvy a důvody pro odstoupení od smlouvy,
17. následky ukončení smlouvy a vzájemné vypořádání“.

2.9.2 Práva a povinnosti smluvních stran

Ve smlouvě je nutné vymezit smluvní strany a jejich základní práva a povinnosti. Smlouva musí přesně definovat, co je předmětem spolupráce tzv. o jaký franchisingový koncept se jedná. Smlouva není upravena zákonem jako samostatný smluvní typ. Vše tedy záleží na smluvních stranách, jak konkrétně si vymezí svá práva a povinnosti (ČAF, 2015).

2.9.3 Územní exkluzivita

ČAF (2015, s 56) uvádí: „Pro řádný chod franchisingové konceptu je důležité vymezení teritoria, tj. území, v němž bude franchisant podnikat a rozvíjet daný franchisingový koncept. V některých případech je s vymezením území spojeno sjednání exkluzivity, tj. franchisor se zavazuje, že v oblasti vytyčené jednomu franchisantovi nebude sám podnikat či poskytovat podnikatelské oprávnění jinému franchisantovi. Pro franchisanta bude samozřejmě výhodné uzavření tzv. exkluzivní franchisingové smlouvy, neboť mu to zajistí v dané oblasti výhradní

postavení. Exkluzivita, resp. vymezení území však závisí na mnoha faktorech, a bude-li nastavena příliš rigidně, může to být i na škodu rozvoji franchisingové sítě. V případě stanovení území a sjednání exkluzivity je nutné dát pozor na pravidla týkající se ochrany hospodářské soutěže, zejména na tzv. zakázaná ujednání. Např. nelze zakázat franchisantovi tzv. pasivní prodej, tj. aby nereagoval na požadavek zákazníka, který by jinak teritoriálně spadl k jinému franchisantovi“.

2.9.4 Určení ceny a povinné odběry zboží

Určování franchisantovi prodejní ceny, není na základě pravidel na ochranu hospodářské soutěže možná. Z právního hlediska jsou nepřipustná i jakákoliv ujednání fixní prodejní ceny nebo minimální ceny. Franchisor může jen doporučit nebo určit franchisantovi prodejní cenu maximální. Tato problematika se týká i odběru zboží (ČAF, 2015).

2.9.5 Franchisingový poplatek

ČAF (2015, s 56) říká že: „Franchisingový poplatek je zpravidla koncipován jako počáteční vstupní poplatek za poskytnutí franchisové licence a za podporu při zahájení podnikání a dále pak jako průběžný, pravidelně se opakující poplatek, který je placen za poskytované know-how a marketingovou a obchodní podporu ze strany franchisora. Výše a splatnost franchisového poplatku si podnikatelé dohodnout ve franchisingové smlouvě, přičemž stanovení výše poplatku naráží na zákonný korektiv dobrých mravů, tj. výše a splatnost nesmí být hrubě nespravedlivá. Výše vstupního poplatku se odvíjí zpravidla od typu a úspěšnosti franchisingového konceptu, opakující se poplatek je zpravidla stanoven procentuálně z obrátu franchisanta. Franchisor by si neměl opomenout vyjednat i zajištění placení franchisingového poplatku, např. formou ručení, vystavením směnky či sjednáním zástavního práva apod.“

2.9.6 Školení a kontrola franchisanta

Toto školení prováděné franchisorem představuje způsob, jak zajistit jednotné provádění franchisingové konceptu a jeho následný rozvoj. Z tohoto důvodu franchisor žádá, aby se franchisant ve franchisingové smlouvě zavázal k povinné účasti nejen na vstupním školení, ale i na průběžných školeních, na nichž franchisant a případně i jeho klíčoví zaměstnanci

obdrží nové informace o případných změnách a rozvoji daného konceptu. Způsob a četnost školení a s tím spojená i úhrada nákladů závisí na vzájemné dohodě obou podnikatelů.

V zájmu obou podnikatelů by měla být i průběžná kontrola, při níž franchisor zjišťuje, zda franchisant podniká v souladu s franchisingovou smlouvou, manuálem a sjednanými podmínkami celého závazného konceptu, jedná se tzv. o mystery shopping. Kontrola pro franchisora představuje zájem o udržení standardu prodeje jeho zboží (služeb), protože případný neúspěch nebo neprovádění kontroly má za následek poškození celého konceptu a know-how franchisingové struktury (ČAF, 2015).

2.9.7 Know-how a ochranná známka

Franchisant je oprávněn na základě franchisingové smlouvy užívat práva k tzv. duševnímu vlastnictví, a to zejména k ochranným známkám, patentům a užitným vzorům. Toto oprávnění bude zpravidla předmětem registrace, a to buď u národního Úřadu průmyslového vlastnictví, nebo u jiných mezinárodních institucí. Podkladem pro registraci je předložení licenčního ujednání, které může být obsaženo přímo ve franchisingové smlouvě či v samostatné licenční smlouvě. Kromě práva k duševnímu vlastnictví poskytuje franchisor franchisantovi i své know-how (ČAF, 2015).

2.9.8 Doba platnosti smlouvy

Doba platnosti smlouvy představuje dobu, na kterou se smlouva uzavírá. Často se tato doba liší dle charakteru a zaměření franchisingového podnikání. Zpravidla by se vždy mělo jednat minimálně o dobu, která umožňuje franchisantovi získat zpět své počáteční investice a plně rozvinout své podnikání. Obecně tedy nelze optimální dobu smlouvy stanovit. Celá franchisingová smlouva může být uzavírána buď na dobu určitou, nebo na dobu neurčitou. Smlouva na dobu neurčitou je vždy vypověditelná. Naopak u smlouvy na dobu určitou je vypověditelná jen na základě důvodů, které stanoví zákon nebo smlouva samotná. Často bývá sjednána smlouva na dobu určitou s automatickou prolongační doložkou, která poskytuje franchisantovi větší jistotu, že případná následná spolupráce bude pokračovat i v budoucnu (ČAF, 2015).

2.9.9 Zákaz konkurence

Po uplynutí doby, na kterou se franchisingová smlouva uzavírá je v zájmu každého franchisora, aby franchisant neprováděl dále sám nebo pro jiného činnost, která je předmětem franchisingového konceptu. Za tímto účelem je vhodné sjednat konkurenční doložku zakazující franchisantovi v období po ukončení spolupráce vykonávat konkurenční činnost k činnosti franchisanta nebo se účastnit na takovém podnikání třetí osoby např. jiného franchisora. Při uzavírání této doložky je nutné dodržet předpisy na ochranu hospodářské soutěže, především se vyhnout tzv. zakázaných ujednání (ČAF, 2015).

2.10 Právní předpisy

ČAF (2015, s. 52) uvádí:

„Základním právním předpisem je od 1. ledna 2014 zákon č. 89/2012 Sb., občanský zákoník. Tímto předpisem se bude řídit jak samotná franchisingová smlouva, tak i další vztahy mezi franchisorem a franchisantem, případně i mezi franchisanty navzájem.

Franchisové smlouvy pravidelně obsahují ustanovení, jež mohou narušovat hospodářskou soutěž – například ujednání týkající se cen, exkluzivity, zákazu konkurence, povinného odběru od franchisora, zákazu aktivního prodeje mimo území apod., je vždy tedy nutno vzít v potaz i právní předpisy týkající se hospodářské soutěže. Relevantním právním předpisem v této oblasti je zákon č. 143/2001 Sb., o ochraně hospodářské soutěže. Vzhledem k členství České republiky v Evropské unii se navíc přímo aplikuje evropské soutěžní právo, z něhož má vedle primárního práva Evropské unie – Smlouvy o fungování Evropské unie – pro oblast franchisingu zásadní význam nařízení komise (EU) č. 330/2010 o použití čl. 101 odst. 3 Smlouvy o fungování Evropské unie na kategorie vertikálních dohod a jednání ve vzájemné shodě (bloková výjimka).

Podstatný význam pro franchisingové podnikání mají dále právní předpisy týkající se ochrany duševního vlastnictví (zák. č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách, zák. č. 478/1992 Sb., o užitných vzorech apod.) a daňové předpisy. Na rozdíl od řady zemí v České republice stále chybí judikatura v oblasti franchisingu.

Neméně důležitým předpisem je Evropský kodex etiky franchisingu vydaný Evropskou franchisingovou federací. Jedná se o souhrn zásad chování při podnikání formou franchisingu.

Nemá však povahu závazného právního předpisu, avšak jeho dodržování je jednou z podmínek členství v České asociaci franchisingu.

Nový občanský zákoník nově výslovně zakotvuje předsmluvní informační povinnost. Ta má ve franchisingovém podnikání zvlášť velký význam a doposud se odvozovala pouze z obecných právních zásad. Pod sankcí odpovědnosti za škodu je výslovně stanovena povinnost smluvních stran poskytnout při jednání o uzavření smlouvy všechny relevantní informace potřebné pro druhou stranu, aby se mohla kvalifikovaně rozhodovat o uzavření takové smlouvy. To dopadá především na franchisora, který je povinen poskytnout budoucímu franchisantovi dostatečné informace o svém konceptu.

Dohoda o mlčenlivosti je legitimním požadavkem, chce-li franchisor uzavřít dohodu o mlčenlivosti předtím, než v rámci plnění předsmluvní informační povinnosti poskytne data a informace o svém franchisingovém konceptu.

V dohodě je třeba výslovně stanovit povinnost budoucího franchisanta zachovat mlčenlivost o všech skutečnostech, o kterých se v souvislosti s jednáním o franchisingové smlouvě dozví. Vzhledem ke složitosti prokazování výše škody vzniklé porušením povinnosti mlčenlivosti lze doporučit sjednání sankce v podobě smluvní pokuty. Výše smluvní pokuty by měla být přiměřená a odpovídat hodnotě zajišťované povinnosti a maximálně možné hrozící škodě“.

2.11 Daňové přepisy

ČAF (2015, s. 58) uvádí že:

„Poplatky hrazené podle franchisingové smlouvy obvykle představují úplatu za různé typy plnění, které mají různé daňové a účetní zacházení. Při uzavírání franchisingové smlouvy je nutno jednoznačně vymezit jednotlivá plnění a samostatně stanovit výši souvisejících poplatků. Je třeba rozložit zejména následující:

- Licenční poplatky (za poskytnutí práva na užití nebo za užití předmětů průmyslového vlastnictví a know-how),
- poplatky za služby (např. poradenství při výběru provozovny, návrhy interiérů, ekonomické analýzy, výběr dodavatelů a technologií, za podporu při zavádění informačních systémů a kontrole kvality, školení personálu,...),
- nájemné (např. za prostory, které jsou ve vlastnictví nebo nájmu franchisanta),

- platby za zboží.

Franchisingové poplatky budou pro franchisanta daňově účinné, pokud budou vynaloženy za účelem dosažení, zajištění a udržení zdanitelných příjmů. Musí být využity pro podnikání a nesmí se jednat se o zákonem výslovně vyloučený náklad (např. náklady na reprezentaci nebo srážková daň hrazená za franchisora).

Náklady je nutno správně uplatnit z časového hlediska v návaznosti na druh plnění a období, ke kterému se vztahuje.

Franchisingové poplatky představují z pohledu DPH obecně úplatu za poskytnutí služeb nebo dodání zboží. Např. licenční poplatky se považují za poplatky za služby. Při úhradě mezi smluvními stranami v rámci ČR budou předmětem české DPH, obvykle vybírané základní sazbou ve výši 21 %“.

2.12 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán můžeme charakterizovat jako písemný dokument, který popisuje všechny podstatné okolnosti související s podnikatelským záměrem.

Důležitým dokumentem se stává v okamžiku, kdy se rozhodneme podnikatelské nápady realizovat. Na začátku sestavování je třeba si ověřit, jeho reálnost a životaschopnost. Mezi hlavní důvody sestavování patří zejména: získání finančních prostředků od investora, nalezení společníka, informování obchodních společníků, partnerů, veřejnosti nebo zaměstnanců apod.

Proces zpracovávání je velmi přínosný. Při sestavování podnikatelského plánu si podnikatel ujasní zejména následující: jaká je konkurence, jak bude daný produkt nabízet, kolik bude potřebovat zaměstnanců, jak se vyrovná s rostoucí popř. klesající poptávkou atd.

Podnikatel pomocí podnikatelského plánu si odpoví na otázky: kde se nyní nachází, kam chce dosáhnout a jak toho chce dosáhnout.

Investor od podnikatele očekává odpovědi na následující otázky: co podnikatel dělá, co podnikatel nabízí a co podnikatel potřebuje.

Obsah podnikatelského plánu není závazně určen. Každý investor má jiné požadavky na jeho strukturu a rozsah. Mezi základní body, které se nejčastěji uvádí, patří: titulní list, obsah, úvod – účel a pozice dokumentu, shrnutí, popis podnikatelské příležitosti, cíle firmy a vlastníků,

potenciální trhy, analýza konkurence, marketingová a obchodní strategie, realizační projektový plán, finanční plán, hlavní předpoklady úspěšnosti projektu – rizika projektu, přílohy.

Kritéria hodnocení podnikatelských plánů lze rozdělit na všeobecně platná a na kritéria specifická podle posuzovatele. Mezi všeobecná kritéria hodnocení můžeme zařadit: jasnost a zřetelnost podnikatelského nápadu, komplexnost informací, kvalita a zkušenosti, propracovanost obchodní a marketingové strategie, finanční atraktivita plánu, možnosti ochrany myšlenky, promyšlenost prvních kroků, důvěra podnikatele, míra rizika a plány jejich omezení, společenský přínos (Srpová, Svobodová, Skopal, Orlík, 2011).

Podnikatelský plán musíme formulovat tak, aby byl srozumitelný (je vhodné se vyjadřovat jednoduše, neprezentovat mnoho myšlenek v jedné větě, je vhodné pro přehlednost sestavit tabulku), logický (vše musí na sebe navazovat, musí být vše podloženo fakty, tvrzení se nesmí odporovat), stručný, pravdivý a reálný a musí být respektováno riziko (Veber, Srpová a kolektiv, 2008).

2.12.1 SWOT analýza podnikatelského plánu

SWOT je zkratka čtyř anglických slov: strengths (vnitřní silné stránky podniku), weaknesses (vnitřní slabé stránky podniku), opportunities (příležitosti ve vnějším prostředí podniku) a threats (ohrožení ve vnějším prostředí podniku).

SWOT analýza je užitečná, pohotová a snadno použitelná metoda, která poskytuje hodnocení celkové situace podniku. Účelem není určení druhu silných a slabých stránek, příležitostí, ohrožení, ale zaměřit se na vyzdvižení těch, které mají strategický význam (Váchal, Vochozka 2013).

2.13 Podnikání v malé firmě

Mezi nejdůležitější základní funkce podnikatele v malé firmě patří plánování, které musí být prováděno velmi pečlivě a na určitou dobu dopředu. O většinu činností podniku se podnikatel stará zpočátku sám, následně pak v rámci organizování přiděluje práci na ostatní pracovníky. Tento způsob organizování následně zajistí to, že úkoly jsou plněny včas. Pracovníky musí podnikatel nejdříve přijmout, řídit a motivovat. Důležitou částí je také provádění kontrolní

činnosti, ve které podnikatel kontroluje veškeré aspekty podnikání (Srpová, Řehoř a kolektiv, 2010).

Podle Komise Evropské Unie, je rozhodujícím kritériem vymezení pojmu malého a středního podnikání počet zaměstnanců, roční obrat, roční bilanční suma a nezávislost. Rozlišujeme tedy tři kategorie podniku: mikrofirma (od 1 do 9 pracovníků), malá firma (od 10 do 49 pracovníků) a střední firma (od 50 do 249 pracovníků). Jiné vymezení uvádí i Česká správa sociálního zabezpečení a další subjekty. Rozhodujícím faktorem je i nadále počet zaměstnanců (Mulačová, Mulač a kolektiv, 2013).

Malé firmy jsou středem pozornosti vlád, které vytvářejí fondy na jejich podporu. Programy na podporu malých a středních podnikatelů jsou poskytovány prostřednictvím programů schválených vládou České republiky (prostřednictvím Ministerstva průmyslu a obchodu ČR, agenturami jako např. CzechInvest, CzechTrade atd.) a řadou předpisů a nařízení Komise Evropské Unie. Mezi další formy podpory patří bankovní záruka, zvýhodněné úvěry a finanční podpory. Úloha malého podnikání roste jak v méně rozvinutých ekonomikách, kde představuje jednu z rychlejších cest pro zapojení obyvatelstva do procesu tvorby hodnot, tak i ve všech ekonomikách vyspělých, kde slouží jako nástroj pro snížení nezaměstnanosti (Staňková, 2007).

Malé a střední firmy představují významnou část ekonomiky, vedle ekonomických přínosů plní také společenskou funkci. Tyto podniky jsou dost často vytlačovány z trhu silnými nadnárodními firmami, proto se snaží o co nejvýhodnější uplatnění na místních trzích tím, že uspokojují individuální přání zákazníků a jejich výhodou je znalost lokálních podmínek. Jsou flexibilnější a angažují se v okrajových oborech trhu (Mulačová, Mulač a kolektiv, 2013).

Podíl malých a středních podniků na celkovém počtu aktivních podnikatelských subjektů v ČR v roce 2014 byl 99, 84 %. Podíl zaměstnanců malých a středních podniku na celkovém počtu zaměstnanců podnikatelské sféry v ČR v roce 2014 činil 59,39 % (mpo.cz, 2015).

3 Představení konkrétní společnosti hodlající podnikat v rámci franchisingu

V této části práce si představíme konkrétní společnost a konkrétní požadavky mezi franchisorem a franchisantem.

Firma, která se má stát poskytovatelem licence neboli franchisorem se nazývá INREAL, s.r.o. se sídlem v Holešově ve Zlínském kraji. Datum zápisu do obchodního rejstříku byl proveden dne 12. 3. 1991 u krajského soudu v Brně. Základní kapitál ve výši 100 tisíc korun českých byl splacen v plné výši. Jednatel společnosti je pan Ing. Karel Bartošek.

Společnost se zabývá prováděním činností realitních (reality – bytové prostory, pozemky a reality – nebytové prostory), hostinské činnosti, pekařství a cukrářství.

Z důvodu zapsání hostinské, pekařské a cukrářské činnosti byla zřízena od začátku března roku 2015 provozovna „Kavárna Mlsná kočka“ na náměstí Dr. E. Beneše 18 v Holešově. Odpovědným vedoucím se stala Ing. Lenka Bartošková. Kavárna se svou velikostí řadí mezi malé kavárny s 11 stoly v celkovém počtu cca 35 obsazených míst. V letní sezóně je součástí také letní zahrádka se 4 stoly navíc a celkový počet obsazených míst se zvýší na cca 45.

Kavárna poskytuje jednoduché stravovací služby. Zejména pak široký sortiment rozlévaných nápojů (džusů, limonád, alkoholických a nealkoholických), míchaných nápojů, teplých nápojů (kávy, čajů, horké čokolády), výroba a prodej cukrářských výrobků a dezertů (čokoládové dorty, ovocné dorty), doplňkový prodej balených potravin a tabákových výrobků.

Přímo v kavárně se vyrábí cukrářské výrobky a dezerty vyrobené z trvanlivých polotovarů (sušených, konzervovaných a zmražených). Pracuje se především s korpusem z trvanlivého těsta, smetany, mléka, gelové hmoty, ovocné dekorace, granulové čokolády (bílá, mléčná, hořká), ochucovací pasty, mraženým ovocem, ovocem v gelu a želatinou. Tyto základní suroviny jsou nakupovány a dodávány společností ALMECO, s.r.o., která se zabývá prodejem surovin pro pekaře, cukráře a zmrzlináře. Společnost také provádí nutné prvotní školení a následné školení pro personál, který bude s danými surovinami pracovat a následně tvořit dezerty. Tyto dezerty tak slouží k přímé konzumaci v rámci hostinské živnosti.

Distribuce alkoholických a nealkoholických nápojů, limonád, tabákových výrobků a drogerie je prováděna společností ADAM VELKOOBCHOD, s.r.o.

Mezi přímé konkurenty kavárny v rozmezí 400 až 450 metrů patří cukrárna Vendula, kavárna E-café a Cinema cafe milk bar. Od začátku své existence kavárna Mlsná kočka přetahovala zákazníky na svou stranu. Zejména výbornou jednodruhovou kávou (z Etiopie, Kuby, Tanzanie, Mexica atd.) a speciální směsí SAMBA vytvořenou od Pražírny kávy Otrokovice – Fiery Bean. Dále pak již zmíněnými dezerty, které jsou rovněž pro kavárnu speciální a v širokém okolí jedinečné. Kavárna se na první pohled pyšní originálním, neokoukaným retro designem interiéru, pravidelnými večery s živou hudbou, zajímavými výstavami, vernisážemi, čtením knih a mnoha dalšími aktivitami.

3.1 Konkrétní požadavky mezi franchisorem a franchisantem

Po domluvené schůzce se společností INREAL, s.r.o. byly navrženy následující požadavky, které musí být splněny, aby budoucí franchisingová spolupráce probíhala úspěšně. Tyto hlavní požadavky se objeví i v budoucí franchisingové smlouvě.

Franchisor poskytuje za úplaty právo franchisantovi nabízet a prodávat jeho produkty, používat stejné logo a koncept kavárny.

Franchisor se zavazuje vypracovat konkrétní program pro vybranou a následně schválenou provozovnu od franchisanta franchisorem k zajištění bezpečnosti poskytovaných stravovacích služeb zpracovaných dle postupů založených na zásadách analýzy rizika a kritických kontrolních bodů (HACCP).

Potřebné stavební úpravy a následné zařízení a vybavení interiéru je v rukou franchisora prostřednictvím svých partnerů. Nákup materiálů, doplňků, techniky důležitý pro výkon kavárny jako např. kávovar, mlýnky, mixér, ledovač, lednice, chladiřenské boxy, vitríny a nádobí atd. je také v jeho rukou. Veškeré tyto výdaje na zařízení se franchisant zavazuje do smlouveného termínu zaplatit.

Franchisor se zavazuje poskytovat po celou dobu platnosti vztahu franchisantovi potřebné, nezbytné a důležité informace k úspěšnému vedení franchisingového podniku. Je také povinen informovat franchisanta o všech hrozících nebo nastupujících problémech a způsobu jejich řešení.

Franchisor zajistí prvotní a pravidelné školení zaměstnanců franchisanta.

Franchisor je povinen být k dispozici franchisantovi pro jeho případné konzultace. Zavazuje se vždy řádně a včas poskytnout své služby a plnit své povinnosti.

Franchisor se zavazuje k tomu, že jedenkrát ročně uspořádá výroční setkání, kde zhodnotí dosavadní podnikání.

Franchisor je povinen seznámit franchisanta se všemi dodavateli, zaměstnanci a spolupracovníky tak, aby zakázky byly prováděny pod jednotným systémem.

Franchisant je povinen při své činnosti dodržovat pravidla franchisora. Případné porušení může franchisor řešit pokutou nebo odstoupení od smlouvy.

Franchisant se zavazuje vystupovat jako samostatný podnikatel, bude užívat povolený název jako své jediné a hlavní obchodní označení. Je povinen spolupracovat s franchisorem a případné návrhy, vylepšení a změny bude vždy s ním řešit.

Franchisant je povinen provozovat franchisingový podnik v souladu se všemi platnými právními předpisy a nařízeními. Po dobu platnosti smlouvy bude chránit a ctít dobrou pověst, bude dbát na to, aby byl celý koncept výroby a prodeje dodržován.

Franchisantovi zaměstnanci musí plnit veškeré požadavky ze strany franchisora, které vyplývají z dohody o provedení práce popř. z pracovní smlouvy.

Franchisant se zavazuje prodávat své výrobky pouze konečným zákazníkům. Případné jiné služby určené k prodeji je nejprve oprávněn nabízet až se souhlasem franchisora.

Franchisant se zavazuje pravidelně, to je dvakrát do měsíce, informovat franchisora o vývoji kavárny a situaci na trhu, vést přesnou a podrobnou evidenci o svých příjmech a výdajích a na požádání vždy předložit k nahlédnutí franchisorovi. Veškeré doklady, které jsou nezbytné pro řádné a úplné vedení účetnictví musí být správné a platné.

Franchisant je oprávněn používat know-how, systém a obchodní názvy franchisora pouze při výkonu své činnosti v rámci franchisingového systému a pouze po dobu platnosti.

Franchisant se zavazuje, že nesdělí třetí osobě žádné informace, které se dozví během franchisingové spolupráce. Tato povinnost trvá i po dobu 36 měsíců po ukončení smlouvy. Po

ukončení smlouvy, franchisant nemůže užívat nehmotné statky pro své ani cizí podnikatelské aktivity.

Franchisant musí řádně a včas, to je k 10. dni každého kalendářního měsíce platit průběžný poplatek a to ve výši 20 000 Kč z peněžních příjmů za kalendářní měsíc.

Franchisingová licence je vydána na dobu 5 let (od roku 2017 do roku 2021).

4 Aplikace franchisingového podnikání u konkrétní společnosti

V poslední části se zaměříme na založení podnikání, společnosti s ručením omezeným, na straně franchisanta. Tento bod je důležitou součástí podnikání prostřednictvím franchisingu. Následně bude vypracován podnikatelský plán, který nám pomůže určit, zda podnikání franchisingovou metodou bude pro nás vhodné.

4.1 Založení společnosti

Založení společnosti s ručením omezeným probíhá písemným sepsáním společenské smlouvy. Společnost zakládají tři společníci (Jaroslav Kolář, Sylvie Tučková a Monika Kohoutová), vykovávající živnost řemeslnou. Konkrétně podle živnostenského zákona Pekařství, cukrářství z části A, z části C Hostinská činnost. Pro získání všech živností je nutné splnit všeobecné podmínky (plná svéprávnost a bezúhonnost). Speciálně pro živnosti řemeslné je důležitou podmínkou také doložení požadované odborné způsobilosti (např. vzdělání, praxe). Mezi konkrétní požadavky na odbornost patří: odborné vzdělání v příslušném oboru (není potřeba praxe), odborné vzdělání v příbuzném oboru (roční praxe), určitý počet let jako OSVČ nebo být zaměstnancem ve vedoucí pozici a k tomu máme požadované doklady o rekvalifikaci nebo máme alespoň 6 let praxe v oboru. Pokud odborné vzdělání nebo praxi žadatel nemá, může si najít člověka, který bude dělat odpovědného zástupce. Předmětem podnikání, který musí být uveden ve společenské smlouvě, je tedy Pekařství, cukrářství a Hostinská činnost.

Společenská smlouva (příloha č. 1) stanovuje, že jediným jednatelem společnosti je Jaroslav Kolář (příloha č. 3) a správcem vkladu je Sylvie Tučková (příloha č. 4). Jednatel je volen valnou hromadou na dobu neurčitou. Rozhoduje o plánech společnosti, je zodpovědný za rozvoj společnosti, zabezpečuje vypracování účetní závěrky atd. Základní kapitál je 500 000 Kč a je tvořen vklady společníků ve výši:

1. Jaroslav Kolář: 250 000 Kč, podíl ve výši 50%.
2. Sylvie Tučková: 125 000 Kč, podíl ve výši 25%.
3. Monika Kohoutová: 125 000 Kč, podíl ve výši 25%.

Zakladatelé se zavazují před podáním návrhu na zápis do Obchodního rejstříku splatit 100% svých vkladů. Sídlo společnosti se nachází v Holešově. Společenská smlouva je notářsky sepsaný dokument, který musí obsahovat podpis notáře a podpis zakladatelů, které musí být notářsky ověřeny. Společenskou smlouvou je společnost založena. Přesný datum založení je 10. 5. 2016.

Následující den, 11. 5. 2016, je nutné se dostavit na živnostenský úřad s následujícími dokumenty: společenská smlouva (důkaz toho, že je společnost založena), souhlas majitele s umístěním sídla (příloha č. 5), výpis z katastru nemovitostí. Je potřeba ohlásit živnosti, vyplnit jednotný registrační formulář (JRF) (příloha č. 2) pro právnickou osobu. Odpovědný zástupce musí odevzdat prohlášení odpovědného zástupce (příloha č. 6) (jeho podpis musí být taktéž úředně ověřený). Odpovědným zástupcem je fyzická osoba, kterou ustanovil jednatel a která odpovídá za řádný provoz živnosti a dodržování všech předpisů. Vůči společnosti je ve smluvním vztahu. Důležitým bodem je také zaplacení poplatku. V stanovené lhůtě zákonem 5 dnů a 15 dnů nabytí právní moci jsme dne 31. 5. 2016 zapsáni v živnostenském rejstříku.

Návrh na zápis do Obchodního rejstříku (příloha č. 9) je podán 6. 6. 2016 (do 6-ti měsíců od založení společnosti) prostřednictvím online inteligentního formuláře na internetových stránkách www.justice.cz. K tomu formuláři se přikládá: společenská smlouva, souhlas s umístěním sídla společnosti, ověřený výpis z katastru nemovitostí, čestné prohlášení jednatele, prohlášení správce vkladu, ověřený výpis z živnostenského rejstříku. Zápis byl proveden ihned, jednatel navštívil soud a vzdal se práva na odvolání. Do obchodního rejstříku jsme tedy dne 9. 6. 2016 zapsáni a je nám přiděleno IČO, což znamená, že máme právní subjektivitu a můžeme začít s podnikáním. O tom, že jsme zapsáni do obchodního rejstříku dá soud vědět živnostenskému a finančnímu úřadu.

Pro získání daňového identifikačního čísla, musíme na finanční úřad zaslat přihlášku k registraci pro právnické osoby (příloha č. 7). Tuto přihlášku posíláme dne 10. 6. 2016.

Po zápisu do Obchodního rejstříku nám do pěti dnů dojde oznámení s přidělením datové schránky a vstupní údaje. Tato datová schránka je povinná a vytvářena automaticky ihned po zapsání a slouží k doručování a přijímání elektronických úředních dokumentů orgánům veřejné moci. Cílem je rychlejší, levnější a spolehlivější veřejná správa.

Novou povinností je vytvořit seznam společníků (příloha č. 8). Seznam by měl být vždy aktuální. Vedení náleží jednatele, který musí provést případnou změnu bez zbytečného odkladu.

4.2 Podnikatelský plán

Účelem tohoto dokumentu je poskytnutí důležitých informací při otevření nové pobočky pomocí franchisingu. Východiskem by mělo být zhodnocení, zda se nám podnikatelský záměr vyplatí realizovat, jestli se navrátí vynaložené náklady a úsilí vložené do toho typu podnikání a zda projekt samotný přinese i něco navíc nebo naopak nám přinese samé negativa.

4.2.1 Podnikatelský záměr

Podnikatelským záměrem se rozumí otevření nové kavárny s retro designem ve městě, kde podobné zařízení chybí nebo neplní do značné míry pořádně svou roli. Chceme zopakovat úspěch jako v Holešově, kde se kavárna stala po roce provozování oblíbeným a hojně navštěvovaným místem. Cílem je přivést do města něco nového a netypického. Místnímu obyvatelstvu a blízkému okolí se budeme snažit nabídnout výborné, neokoukané produkty a skvělé kulturní zážitky. Věříme, že tímto krokem se nám podaří vytvořit stálou klientelu a zpříjemníme život druhým.

Hlavním podnětem pro otevření nové pobočky kavárny se staly především její výhody, které ji řadí mezi opravdu prvotřídní podnik. Mezi výhody tedy patří především stylový retro design, který dotváří idylické místo pro strávení času s přáteli, rodinou, partnerem nebo knihou. Každé místo a prostor na sezení je originální. Do detailu vyladěné doplňky jako obrazy, lampičky, knihovničky, kočky, porcelán, polštáře a ostatní dekorace, které bezesporu dotváří celou atmosféru a vytváří tak základ útulného a domácího prostoru. Další předností, bez které by kavárna nebyla tak skvělá je výborná káva skvělé kvality, ze které se připravují nejrůznější kávové nápoje a každý zákazník a především milovník kávy si přijde na své. Naopak pro milovníky sladkého nabízíme neokoukané dezerty z kvalitních surovin, které zákazník nenajde nikde u konkurence ve městě nebo v nejbližším okolí. Exkluzivitu dezertů nám zajistí franchisor a jeho obchodní partner Almeco, s.r.o. se kterým má franchisor podepsanou smlouvu, že v blízkém okolí 30 km od Holešova nebude žádná firma, která nepatří pod franchisingový řetězec, nabízet stejné produkty. O špičkový servis a obsluhu se

zaručí proškolený personál, na který se klade také jistý důraz. Kvalitu nabízených dezertů a kávy bylo možné vlastnoručně okusit, v rámci ročního pracovního poměru.

Nedílnou součástí je také nabídnutí skvělých kulturních zážitků. Jako např. pravidelné víkendové večery s živou hudbou, předčítání knih, besedy s významnými osobnostmi, vernisáže a výstavy místních fotografů, malířů a básníků.

Krátkodobým cílem nově vzniklé franchisingové pobočky je dostatečné proniknutí na místní trh a vytvoření pevných základů pro další léta rozvoje podnikání. Mezi střednědobé cíle řadíme snahu o udržení dobrého jména franchisora a jeho franchisingové sítě, produkce kvalitních výrobků, výborného servisu a také abychom se nedostali do ztráty a vložená investice se po dobu 5 let, na které je franchisingová smlouva uzavřena vrátila a přinesla i něco navíc. Dlouhodobé cíle, které, jsou pro nás nejdůležitější, jsou zastoupeny těmito cíly. Franchisor se musí přesvědčit o našich schopnostech a dovednostech, zároveň nám následně umožní prodloužení franchisingové smlouvy na další roky a také hlavně dosáhnout maximalizace zisku.

Otevření kavárny se plánuje na leden 2017.

4.2.2 Vedení společnosti (Franchisor)

Společnost INREAL je založena jako společnost s ručením omezeným s jediným vlastníkem Ing. Karlem Bartoškem. Pod společnost spadá provozovna Kavárna Mlsná kočka, která je pod kontrolou odpovědné vedoucí Ing. Lenky Bartoškové. Celkově společnost zaměstnává devět lidí. Jeden hlavní pracovní poměr (odpovědný vedoucí), tři poloviční pracovní poměry (hlavní barista, uklízečka, hlavní cukrář) a čtyři dohody o provedení práce (vedlejší baristé, vedlejší cukrář).

4.2.3 Vedení společnosti (Franchisant)

Společnost MOUNTAINS je založena také jako společnost s ručením omezeným. Vlastníky společnosti je Jaroslav Kolář (jednatel společnosti, odpovědný vedoucí franchisingové pobočky kavárny Mlsná kočka), Sylvie Tučková (správce vkladu, pracující v kavárně) a Monika Kohoutová (pracující v kavárně). Ostatní náležitosti budou rozepsány v následujících oblastech.

4.2.4 Místo umístění franchisingové pobočky

Na začátku hledání vhodného místa byly brány v úvahu města jako Bystřice pod Hostýnem, Hulín, Kroměříž, Chropyně, Kojetín a Fryšták. Po domluvě s franchisorem byly vybrány tři města, konkrétně Bystřice pod Hostýnem vzdálena 11 km od Holešova, Hulín vzdálený 7 km a Kroměříž vzdálená 15 km. Na jednotlivých městech byla posuzována konkurence (pouze kavárny a cukrárny), počet obyvatel (za rok 2015) a počet zajímavých, volných a cenově dostupných míst k pronájmu (na základě rušnosti a blízkosti náměstí). Jednotlivé počty ukazuje tabulka 4.1.

Město	Počet konkurence	Počet obyvatel	Počet míst k pronájmu
Bystřice pod Hostýnem	2	8 369	2
Hulín	3	6 991	0
Kroměříž	12	29 035	1

Tabulka 4.1

Město Hulín bylo preferováno ještě před začátkem hledání konkrétních míst k pronájmu, ale z důvodu žádného vyhovující místa, bylo odstraněno hned jako první. Město Kroměříž bylo odstraněno v důsledku velkého počtu konkurentů, počtu obyvatel a pouze jednoho místa k pronájmu, které sice splňovalo naše požadavky, ale cena nájmu byla nevyhovující vzhledem k prostoru. Jako vhodné místo k uskutečnění našeho záměru bylo vybráno město Bystřice pod Hostýnem. Objekt se nachází na ulici Přerovská, mezi autobusovým nádražím a supermarketem a v blízkosti náměstí.

Nájemné je stanoveno tak, že v prvním roce užívání se každý měsíc odvádí pronajímateli 2 000 Kč, v druhém roce 5 000 Kč a v dalších letech 10 000 Kč. V prvních dvou letech je nájemné sniženo pronajímatelem z důvodu kompenzace provedených stavebních úprav nájemcem.

Objekt se skládá z hlavní místnosti, skladu a sociálního zařízení. Následná rekonstrukce objektu se bude týkat jak exteriéru i interiéru. U exteriéru je potřebné provést fasádu, úprava dveří a oken a vytvoření prostoru před kavárnou jako místo pro letní zahrádku. V interiéru v hlavním prostoru bude potřeba udělat nová elektroinstalace, položení podlahy, výmalba, vytvoření baru, rekonstrukce topení atd. Současný sklad bude rozdělen na dvě místnosti. V jedné se bude nacházet nový sklad surovin a v druhé bude provedena kuchyňka, pro výrobu

a skladování dezertů. Sociální zařízení bude rozděleno na tři samostatné jednotky pro zákazníky a personál.

4.2.5 Provozní doba

Provozní doba bude závislá na ročním období. Letní období bude nastaveno od dubna do června a zimní od září do března. Otevírací a zavírací dobu znázorňuje tabulka 4.2.

Den	Letní období	Zimní období
Pondělí - sobota	09:00 – 21:00	09:00 – 19:00
neděle	13:00 – 21:00	13:00 – 19:00

Tabulka 4.2

Případné změny v provozní době budou měněny podle návštěvnosti.

4.2.6 Zaměstnanci

Při rozjezdu kavárny se počítá s šesti lidmi, kteří budou zaměstnáni, buď na hlavní nebo vedlejší pracovní poměr nebo na dohodu o provedení práce.

Na hlavní pracovní poměr bude zaměstnán odpovědný vedoucí, který se bude starat o provozní a manažerské úkoly, povede účetnictví a s ním související všechny náležitosti a v případě potřeby bude vykonávat práci za barem, obsluhu hostů, případně i práci v kuchyňce. Dále pak dva společníci - baristé, kteří se budou střídat v tzv. krátkém a dlouhém týdnu.

Pracovník v kuchyňce bude zaměstnán na vedlejší pracovní poměr.

Dohoda o provedení práce bude patřit osobě vykonávající úklid a studentovi, který bude chodit podle potřeby na odpolední směny, jako pomoc hlavním baristům.

Každý zaměstnanec (kromě osoby vykonávající úklid) bude proškolen v oblasti používání kávovaru, café artu a terminologii kávy, který zajistí franchisor. Odpovědný vedoucí a pracovník v kuchyňce bude navíc ještě proškolen od společnosti Almeco, s.r.o.

Celkové vyúčtování měsíčních provozních nákladů zobrazuje tabulka 4.3.

	Počet zaměstnanců	Počet hodin za měsíc	Hodinová sazba	Hrubá mzda	Sociální a zdravotní pojištění	Celkem
Hlavní pp	3	480	75	43 284	14 715	57 999
Vedlejší pp	1	80	75	6 743	2 293	9 036
Dohoda	2	56	75	4 200	x	4 200
Celkem	6	616	x	54 227	17 008	71 235

Tabulka 4.3

4.2.7 Nabízené produkty a jejich marže

Mezi nejdůležitější produkty kavárny, na jejichž prodeji jsme existenčně závislí, řadíme především kávu a z ní připravené nápoje a také vlastnoručně připravované dezerty. Z kávy je možné připravit následující druhy nápojů: presso, presso doppio, latté macchiato, cappuccino, turecká káva a ledová káva. Všechny druhy nápojů lze připravit i z bezkofeinové kávy, jejichž náklady jsou stejné jak u kofeinové kávy, proto se v následující tabulce neobjeví. Dezerty můžeme rozdělit na celočokoládové, ovocné, čokoládové s ovocnou polevou, tartaletky ovocné, tartaletky čokoládové, pana cotty, tiramisu a čokoládové pralinky. Náklady, prodejní ceny a z nich vypočítané marže jednotlivých produktů ukazuje tabulka 4.4 a tabulka 4.5. Ceny jsou zaokrouhleny směrem nahoru. Jednotlivé náklady jsou stanoveny z pořizovacích cen surovin nakoupených od dodavatelů. Marže je pak vypočítaná jako navýšení mezi náklady (pořizovací cenou) a prodejní cenou, za kterou budeme výrobky prodávat.

	Náklady	Prodejní cena	Marže
Presso	10 Kč	38 Kč	280 %
Presso doppio	20 Kč	55 Kč	175 %
Latté macchiato	13 Kč	42 Kč	223 %
Cappuccino	12 Kč	39 Kč	225 %
Turecká káva	10 Kč	35 Kč	250 %
Ledová káva	14 Kč	45 Kč	221 %

Tabulka 4.4

Náklady na přípravu kávy se zvyšují podle toho, kolik je použito kávy, mléka nebo smetany na dotvoření finálního druhu nápoje. Součástí servírování káv je také malý zákusek, který je rovněž započítán do nákladů.

	Náklady	Prodejní cena	Marže
Čokoládové dorty	23 Kč	45 Kč	96 %
Ovocné dorty	23 Kč	45 Kč	96 %
Čokoládové dorty s ovocnou polevou	25 Kč	45 Kč	80 %
Tartaletky ovocné	20 Kč	45 Kč	125 %
Tartaletky čokoládové	20 Kč	45 Kč	125 %
Tiramisu	23 Kč	45 Kč	96 %
Pana cotta	17 Kč	45 Kč	165 %
Čokoládové pralinky	8 Kč	12 Kč	50 %

Tabulka 4.5

Z tabulky je možno vyčíst, že všechny druhy dezertů, krom čokoládových pralinek, jsou stanoveny na jednotnou cenu 45 Kč za kus.

Mezi další nabízené produkty, které pro nás nejsou tak důležité řadíme:

Ovocné, bylinné, černé a zelené čaje v sypané formě jsou stanoveny na 45 Kč za kus a marže je stanovena na 125 %.

Hořká hořká, mléčná a bílá vařená čokoláda je podávána se šlehačkou a možností ochucení o sirup (višňový, pomerančový). Prodejní cena za 50 Kč za kus. Marže stanovena na 100 %.

Ovocné míchané limonády (jahoda, malina, okurek, zázvor, citrón, bezinka atd.) se prodávají za 45 Kč při marži 200 %.

Ostatní alkoholické a nealkoholické nápoje jsou stanoveny při marži okolo 100 %.

Případné snížení nebo zvýšení cen výrobků se bude odvíjet po zjištěném odbytu. Tyto ceny jsou shodné jako u franchisora.

4.2.8 Analýza konkurence

Jako celkový trh jsme si definovali restaurační zařízení. Tento celkový trh jsme dále zúžili na náš cílový, který byl omezen pouze na kavárny a cukrárny. Konkurentů v Bystřici pod Hostýnem se zaměřením na kávu a dezerty není mnoho. V úvahu jsme brali pouze dva. Konkrétně Zrůbkovu cukrárnu a Kavárnu u Růženky.

Zrůbkova cukrárna se tedy nachází na Masarykově náměstí, které leží na okraji města u místního zámku. Vzdálenost od naší kavárny je přibližně 700 metrů. Cukrárna nabízí možnost výběrů klasických zákusků (větrníků, rakviček, trubiček, řezů atd.), kopečkové zmrzliny různých příchutí, ovocných pohárů a sladkostí. Výběr druhu kávy zde není možný a výběr přípravy kávových nápojů není moc velký. Cukrárna se také ve velkém vyznačuje zakázkovým prodejem dortů a zákusků na objednání k různým příležitostem.

Mezi nevýhody řadíme absenci internetové propagace. Internetové stránky popřípadě facebookové stránky v provozu nejsou, což je v dnešní době značná nevýhoda. Možnost živé hudby nebo kulturních zážitků zde také chybí. Gurmánský a kvalitní zážitek z cukrárny je velice slabý. Posezení je klasické až nudné.

Výhody, které oceňujeme je hlavně strategické umístění vedle zámku. Toto místo je velmi rušné a v hojném počtu navštěvované turisty. Plusem je také umístění dětského koutku, který láká malé děti a jejich rodiče k strávení času v cukrárně.

Druhým a posledním konkurentem je Kavárna u Růženky, která se nachází na ulici Československé brigády. Toto místo je vzdálené přibližně 850 metrů od naší kavárny. Kavárna je umístěna v jednom z nejstarších domů města. Prostředí je hezké ale velice malé, větší výběr stolů je možný přes letní období z důvodu přilehlé zahrádky. Možnost výběru druhu kávy a kávových nápojů je zde možný kvůli zahraničnímu dodavateli, který má dlouholetou tradici a na našem území není příliš běžný. Dezerty jsou především založeny na zdravé výživě (špaldová mouka, tvaroh, použité další suroviny bez barviv a chemických dochucovadel). Je zde možnost výběru i slaných jídel (tousty, obložené bagety), čepovaného piva různých druhů, přírodních čerstvých koktejlů a šťáv.

Nevýhodou je opravdu malé zázemí kavárny a absence kulturního zážitku.

Důležitou výhodou je káva, která je opravdu kvalitní. Vyškolený personál prošel kvalifikovanou baristickou zkouškou, která je chloubou a řadí kavárnu mezi špičkové. Zákusky jsou zde opravdu vynikající a pro milovníky zdravé výživy je to opravdu něco netypického a v okolí velmi zajímavé. Možnost výběru slaných variant zákusků, u nás možný není a také je to obrovskou výhodou. Poslední a také užitečnou výhodou je facebooková a internetová propagace, která zde funguje přesvědčivě a dokonale.

Překážkou při vstupu na tento trh budou pro nás tyto zavedené fungující podniky. Avšak spoléháme opět na koncepci naší kavárny, ve které se budeme lišit a nabízet něco

jedinečného. Jako většího konkurenta považujeme kavárnu u Růženky, která se v některých bodech podobá našemu podnikatelskému záměru.

4.2.9 SWOT analýza

Analýza nám odhaluje možné výhody a nevýhody, které se objevují při vzniku nového podniku na trhu.

Vnitřní silné stránky podniku: nabízené jedinečné produkty a služby, proškolený kvalifikovaný personál, dodavatelé surovin, jedinečný objekt v okolí.

Vnitřní slabé stránky podniku: ceny produktů a služeb, které můžou odradit nově příchozí zákazníky, určitá počáteční nedůvěra, malé zkušenosti s vedením kavárny.

Příležitosti ve vnějším prostředí podniku: kavárna přinese něco nového, co zaujme obyvatelstvo, zaplní trhlinu na trhu a také důležité prodloužení smlouvy od franchisora.

Ohrožení ve vnějším prostředí podniku: malá skupina obyvatel, která není zvědavá na nový koncept kavárny v městě a není ochotna vydat své peníze do našeho záměru.

4.2.10 Rizika projektu

Podnikatelský záměr podléhá taky mnoha rizikům, kterým se snažíme předcházet. Konkrétní rizika a jejich následná opatření jsou obsažena v následující tabulce 4.6.

Riziko	Opatření
selhání osoby vedoucího	odpovědný zástupce, franchisor a jejich pravidelné kontroly
selhání provozu	provádění pravidelných kontrol surovin a materiálu
vysoké ceny nabízených produktů	rychlá změna podle aktuálního odbytu
špatný personál	možnost dalšího zaškolení, rychlá výměna za nový
trestná činnost ze strany personálu	provádění náhodných inventur, motivace, odměny, prémie, různé benefity, aby měli pocit, že si jich vážíme a nemuseli tuto činnost

	vykonávat
malá návštěvnost	marketingová propagace před zahájením i během provozu, různé akce, denní nabídky

Tabulka 4.6

4.2.11 Marketingová propagace

Před otevřením kavárny bude provedena její marketingová propagace, pomocí jak franchisora tak i franchisanta. Cílem této akce bude dostatečně dopředu informovat obyvatelstvo o nově vznikající kavárně. Franchisor zajistí natisknutí potřebných informačních letáků, plakátů, vizitek, propisek a domluví inzerci v regionálním tisku. Úkolem franchisanta je získané informační materiály roznést a nechat na rušných místech po Bystřici pod Hostýnem a blízkém okolí. Dále musí založit internetové, facebookové a instagramové stránky, pomocí kterých, se bude snažit přidáváním fotek a popisků nalákat především mladé ročníky.

Před oficiálním dnem otevření kavárny se bude konat zahajovací večírek pro pozvané lidi z města. Tímto si kavárna a její zaměstnanci ověří ostrý provoz a následný den bude provoz připraven.

Všechny tyto výdaje na marketing jsou v režii franchisora, jako poděkování za rozvíjení jeho franchisingové sítě.

4.2.12 Zřizovací výdaje

Celé podnikání začíná založením živnosti a následného vzniku společnosti s ručením omezeným. S celým tímto procesem je spojeno i placení různých správních poplatků. Jednotlivé poplatky a následný výpočet celkové sumy uvádí tabulka 4.7.

	Částka (Kč)
Ohlášení živnosti	(2 x 1 000) = 2 000
Výpis z katastru nemovitostí	100
Notářské poplatky	8 000
Zápis do Obchodního rejstříků	6 000
Celkem	16 100

Tabulka 4.7

4.2.13 Investiční výdaje

Do investičních výdajů jsou zařazeny veškeré výdaje, které souvisí se stavební úpravou a výbavou jednotlivých úseků do provozu schopného stavu. Veškeré tyto činnosti byly řízeny a prováděny franchisorem. Naopak povinností franchisanta bylo po dokončení úprav tyto investiční výdaje zaplatit, buď prostřednictvím vlastních zdrojů, bankovních institucí nebo nabídky od franchisora, že celková suma bude zaplacená v pravidelných měsíčních intervalech spolu s úroky.

Stavební úpravy se týkaly především nové elektroinstalace, topení, oken, dveří, podlahy, výmalby a fasády, skladu a sociálního zařízení. Na vybavení interiéru bylo vynaložené velké množství peněžních prostředků, zejména na koberce, židle, stoly, sedačky atd. Před kavárnu bylo potřeba pořídit nástěnou tabuli a vytvořit zázemí pro zahrádku. Na bar byl potřeba koupit kávovar, hrníčky, nádobí, příbory a další potřeby. Kuchyňka musela obsahovat jednotlivé potřeby na přípravy dezertů. Ve skladu se musel zřídit úložný prostor pro suroviny a materiál. Sociální zařízení bylo vybaveno záchody, umyvadly, zrcadly a dalšími nutnými potřebami. Bylo potřeba koupit i elektrospotřebiče jako myčka na nádobí, varnou desku, mikrovlnou troubu, lednici, mrazáky, vitríny a další spotřebiče. Drobné vybavení obsahovalo polštáře, dečky, svíčky, a různé dekorace. Konečné sumy obsahuje tabulka 4.8.

	Částka (Kč)
Stavební úpravy	350 000
Interiér	500 000
Exteriér	30 000
Bar	150 000
Kuchyňka	60 000
Sklad	20 000
Sociální zařízení	50 000
Elektrospotřebiče	110 000
Drobné vybavení	30 000
Celkem	1 300 000

Tabulka 4.8

4.2.14 Provozní náklady

Provozní náklady jsou uvažovány v průměrných hodnotách a jsou brány za každý měsíc. Položka nákup zboží se bude lišit podle odbytu a podle potřeby surovin. Nájemné se mění podle již zmíněné dohody s pronajímatelem. Jednotlivé náklady jsou obsaženy v tabulce 4.9.

	Částka (Kč)
Nájemné	2 000
Záloha na elektřinu	5 000
Záloha na vodu	2 000
Internet	300
Franchisingový poplatek	20 000
Nákup zboží	4 500
Osa poplatky	1 500
Celkem	35 300

Tabulka 4.9

4.2.15 Mzdové náklady celkem

Mzdové náklady jsou rovněž vyjádřeny jako měsíční a jejich výše se může měnit. Radíme i náklady, které vynaložíme za živou hudbu. Máme domluveno dva studenty (klavír, housle), kteří se budou střídát na základě dohody o provedení práce mezi sebou, vždy v sobotu a v neděli od 15.00 do 18.00. Hodinová sazba je stanovena na 100 Kč za hodinu hraní. Rozpis provozních nákladů udává tabulka 4.10.

	Částka (Kč)
Zaměstnanci	71 235
Hudebníci	2 400
Celkem	73 635

Tabulka 4.10

4.2.16 Celkové náklady

Celkové náklady jsou brány za celý hospodářský rok. Provozní a mzdové náklady se tudíž vynásobí dvanácti měsíci. Jejich konečnou výši ukazuje tabulka 4.11.

	Částka (Kč)
Zřizovací výdaje	16 100
Investiční výdaje	1 300 000
Provozní náklady	423 600
Mzdové náklady	883 620
Celkem náklady	2 623 320

Tabulka 4.11

Celkové roční náklady jsou ve výši 2 623 320 Kč. Vlastní zdroje v celkové výši 500 000 Kč nám nepokryjí celou částku. Na zbývající zdroje je tedy nutné si půjčit bankovní úvěr nebo úvěr od franchisora. V závěru se jevil výhodnější úvěr od franchisora, který nastolil tyto podmínky: úvěr na částku 2 000 000 Kč, při úrokové sazbě 5 % p.a., délka úvěru 4 roky, měsíční splátky spolu s úroky jsou ve výši 46 059 Kč (splátka 41 667 Kč, úrok 4 392 Kč). Celkové navýšení je okolo 211 000 Kč.

4.2.17 Roční celkové výnosy

Podle pobočky v Holešově, kde za první rok provozu byla odhadnuta denní průměrná tržba na 7 250 Kč, jsme se rozhodli vypočítat roční celkové výnosy v optimistické verzi při průměrné denní tržbě 6 000 Kč a v pesimistické verzi při průměrné denní tržbě 3 000 Kč. Výnos byl počítán počtem dnů v daném měsíci krát denní tržba. Výsledné hodnoty ukazuje tabulka 4.12.

Optimistická verze	Výnos	Pesimistická verze	Výnos
Leden	31 x 6 000 = 186 000	Leden	31 x 3 000 = 93 000
Únor	28 x 6 000 = 168 000	Únor	28 x 3 000 = 84 000
Březen	31 x 6 000 = 186 000	Březen	31 x 3 000 = 93 000
Duben	30 x 6 000 = 180 000	Duben	30 x 3 000 = 90 000
Květen	31 x 6 000 = 186 000	Květen	31 x 3 000 = 93 000
Červen	30 x 6 000 = 180 000	Červen	30 x 3 000 = 90 000
Červenec	31 x 6 000 = 186 000	Červenec	31 x 3 000 = 93 000
Srpen	31 x 6 000 = 186 000	Srpen	31 x 3 000 = 93 000
Září	30 x 6 000 = 180 000	Září	30 x 3 000 = 90 000
Říjen	31 x 6 000 = 186 000	Říjen	31 x 3 000 = 93 000

Listopad	30 x 6 000 = 180 000	Listopad	30 x 3 000 = 90 000
Prosinec	31 x 6 000 = 186 000	Prosinec	31 x 3 000 = 93 000
Celkem	2 190 000	Celkem	1 095 000

Tabulka 4.12

4.2.18 CF optimistická verze

Počáteční stav peněžních prostředků (PSPP) za měsíc leden je dán součtem vlastních zdrojů a úvěru. Jednotlivé výpočty udávají tabulky 4.13 a 4.14.

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen
PSPP	2 500 000	1 214 906	1 227 912	1 258 918	1 283 924	1 314 930
Zřizovací v.	16 100	0	0	0	0	0
Investiční v.	1 300 000	0	0	0	0	0
Nájemné	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Záloha e.	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Záloha v.	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Internet	300	300	300	300	300	300
F. poplatek	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Zboží	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500
OSA p.	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500
Mzdy	73 635	73 635	73 635	73 635	73 635	73 635
Splátky s úroky	46 059	46 059	46 059	46 059	46 059	46 059
VÝDAJE	154 994	154 994	154 994	154 994	154 994	154 994
PŘÍJMY	186 000	168 000	186 000	180 000	186 000	180 000
CF	31 006	13 006	31 006	25 006	31 006	25 006
KSPP	1 214 906	1 227 912	1 258 918	1 283 924	1 314 930	1 339 936

Tabulka 4.13

	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
PSPP	1 339 936	1 370 942	1 401 948	1 426 954	1 457 960	1 482 966
Zřizovací v.	0	0	0	0	0	0
Investiční v.	0	0	0	0	0	0
Nájemné	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Záloha e.	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Záloha v.	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000

Internet	300	300	300	300	300	300
F. poplatek	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Zboží	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500
OSA p.	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500
Mzdy	73 635	73 635	73 635	73 635	73 635	73 635
Splátky s úroky	46 059	46 059	46 059	46 059	46 059	46 059
VÝDAJE	154 994	154 994	154 994	154 994	154 994	154 994
PŘÍJMY	186 000	186 000	180 000	186 000	180 000	186 000
CF	31 006	31 006	25 006	31 006	25 006	31 006
KSP	1 370 942	1 401 948	1 426 954	1 457 960	1 482 966	1 513 972

Tabulka 4.14

Konečný stav peněžních prostředků (KSP) po prvním roce působení kavárny je velice uspokojivý. Následovalo by zvýšení hodinové sazby z původních 75 Kč na hodinu na 90 korun na hodinu a peněžní premii. S franchisorem, bychom se mohli domluvit na zvýšení měsíční splátky úvěru.

4.2.19 VZZ optimistická verze

Pro vyjádření ročního výsledku hospodaření bylo nutné stanovit výnosy a náklady. Výnosy představují tržby za celý rok a náklady se skládají z investičních a zřizovacích nákladů, dále pak z provozních nákladů a úroků vynásobené dvanácti měsíci. Výsledek pak udává tabulka 4.15.

	Kč
VÝNOSY	2 190 000
NÁKLADY	2 676 024
ZISK/ZTRÁTA	-486 024

Tabulka 4.15

Po prvním roce působení bychom byli ve ztrátě.

4.2.20 CF pesimistická verze

	Leden	Únor	Březen	Duben	Květen	Červen
PSPP	2 500 000	1 121 906	1 050 912	988 918	923 924	861 930
Zřizovací v.	16 100	0	0	0	0	0
Investiční v.	1 300 000	0	0	0	0	0
Nájemné	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Záloha e.	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Záloha v.	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Internet	300	300	300	300	300	300
F. poplatek	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Zboží	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500
OSA p.	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500
Mzdy	73 635	73 635	73 635	73 635	73 635	73 635
Splátky s úroky	46 059	46 059	46 059	46 059	46 059	46 059
VÝDAJE	154 994	154 994	154 994	154 994	154 994	154 994
PŘÍJMY	93 000	84 000	93 000	90 000	93 000	90 000
CF	-61 994	-70 994	-61 994	-64 994	-61 994	-64 994
KSP	1 121 906	1 050 912	988 918	923 924	861 930	796 936

Tabulka 4.16

	Červenec	Srpen	Září	Říjen	Listopad	Prosinec
PSPP	796 936	734 942	672 948	607 954	545 960	480 966
Zřizovací v.	0	0	0	0	0	0
Investiční v.	0	0	0	0	0	0
Nájemné	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Záloha e.	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Záloha v.	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000
Internet	300	300	300	300	300	300
F. poplatek	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000	20 000
Zboží	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500	4 500
OSA p.	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500	1 500
Mzdy	73 635	73 635	73 635	73 635	73 635	73 635
Splátky s úroky	46 059	46 059	46 059	46 059	46 059	46 059
VÝDAJE	154 994	154 994	154 994	154 994	154 994	154 994

PŘÍJMY	93 000	93 000	90 000	93 000	90 000	93 000
CF	-61 994	-61 994	-64 994	-61 994	-64 994	-61 994
KSPP	734 942	672 948	607 954	545 960	480 966	418 972

Tabulka 4.17

Jak uvádí tabulky 4.16 a 4.17, kdyby bylo nastaveno jako denní průměr 3 000 Kč, naše peněžní prostředky by postupně klesaly, důsledkem by bylo snížení hodinové sazby, propuštění zaměstnance nebo zaměstnanců.

4.2.21 VZZ pesimistická verze

Výsledek hospodaření udává tabulka 4.18.

	Kč
VÝNOSY	1 095 000
NÁKLADY	2 676 024
ZISK/ZTRÁTA	-1 581 024

Tabulka 4.18

Také i v pesimistické verzi bychom po prvním roce fungování byly ve ztrátě.

4.2.22 CF za jednotlivé roky licence

Plán na jednotlivé roky fungování je následující. V prvním roce budeme počítat s pesimistickou variantou, tedy průměrnou denní tržbou 3 000 Kč. V druhém a třetím roce se denní průměrná tržba zvýší na 5 500 Kč. Musí tedy dojít logicky k propočtu nových výnosů. Počet dní v roce necháme u všech let stejný jako v roce 2017. Průměrná denní tržba od roku 2020 bude nastavena na 6 000 Kč, optimistická varianta výnosů, z důvodu už zavedeného podniku a nalezení stálých zákazníků. V třetím roce nám zvýší hodinová sazba za 80 Kč za hodinu. Hodinová sazba zůstane stejná i v roce 2020. V posledním roce z důvodu splacení úvěru franchisorovi dojde opět ke zvýšení hodinové sazby na 90 Kč na hodinu. Jelikož se jedná o roční CF, budou vybrané hodnoty násobeny dvanácti měsíci. Výsledný CF za jednotlivé roky nám sděluje tabulka 4.19.

	2017	2018	2019	2020	2021
PSPP	2 500 000	418 972	530 544	515 924	683 804
Zřizovací v.	16 100	0	0	0	0
Investiční v.	1 300 000	0	0	0	0
Nájemné	24 000	60 000	120 000	120 000	120 000
Záloha e.	60 000	60 000	60 000	60 000	60 000
Záloha v.	24 000	24 000	24 000	24 000	24 000
Internet	3 600	3 600	3 600	3 600	3 600
F. poplatek	240 000	240 000	240 000	240 000	240 000
Zboží	54 000	54 000	54 000	54 000	54 000
OSA p.	18 000	18 000	18 000	18 000	18 000
Mzdy	883 620	883 620	949 812	949 812	1 052 640
Splátky s úroky	552 708	552 708	552 708	552 708	0
VÝDAJE	1 859 928	1 895 928	2 022 120	2 022 120	1 572 240
PŘÍJMY	1 095 000	2 007 500	2 007 500	2 190 000	2 190 000
CF	-764 928	111 572	-14 620	167 880	617 760
KSP	418 972	530 544	515 924	683 804	1 301 564

Tabulka 4.19

4.2.23 VZZ za jednotlivé roky licence

Výsledky hospodaření za jednotlivé roky ukazuje tabulka 4.20.

	2017	2018	2019	2020	2021
VÝNOSY	1 095 000	2 007 500	2 007 500	2 190 000	2 190 000
NÁKLADY	2 676 024	1 395 924	1 522 116	1 522 116	1 572 240
ZISK/ZTRATA	-1 581 024	611 576	485 384	667 884	617 760

Tabulka 4.20

Z tabulky se můžeme dozvědět, že největší a zároveň jediné ztráty jsme dosáhli hned v prvním roce fungování z důvodu velkých investičních nákladů. V dalších letech už se nacházíme vždy v zisku. V třetím roce jsme opět dosáhli zisku, který ale klesl z důvodu zvýšení nájmu (popř. zvýšení hodinové sazby). Situace se opakovala i poslední rok.

4.2.24 Zhodnocení

Na základě zjištěných poznatků, jsme došli k závěru, že poskytnutý úvěr od franchisora byl v přiměřené míře. Úvěr nám poskytl důležitou peněžní záruku na začátku podnikání. Velkou výhodou tohoto úvěru, bylo také to, že nebyl poskytnut od bankovních subjektů. Vyplývající riziko z úroku a navýšení by bylo daleko větší. Tento úvěr byl také pro nás značným závazkem, který nás po celé roky tížil. Tudíž v pátém roce po splacení, jsme mohli logicky zaznamenat zvýšení peněžních prostředků, které můžeme dále použít k investování.

Jak ukazují jednotlivé VZZ, v prvním roce fungování by byl pokaždé výsledek hospodaření ve ztrátě, je to zapříčiněno především velkými investičními náklady, vynaloženy v rozjezdu podnikatelského záměru. V dalších letech se situace začala mírně zlepšovat.

Franchisingový poplatek se zdál na začátku podnikání, jistou překážkou. Pravidelný obnos peněz každý měsíc zasílaný franchisorovi, byl brán negativně. Nikde nebylo dáno, že na tento náklad budeme mít peněžní prostředky. V závěru se ale ukázalo, že jeho výše nám nepřekážela a byla značně výhodná. Toto můžeme řadit mezi výhody, protože praxe ukazuje, že možný poplatek bývá daleko vyšší a komplikovanější. Na oplátku nám tento poplatek zaručil to, že franchisor dohlíží na náš chod podniku, dává cenné rady, které jsou důležité pro nového začínajícího podnikatele, který nemá velkou zkušenost s podnikáním. Tyto rady, pomoc a ochrana jsou tedy k nezaplacení a díky tomu franchising je určitou zárukou k úspěchu.

Franchisor v nás vložil důvěru, svěřil nám své obchodní tajemství a dobrou pověst, která je klíčem k šťastnému podnikání. Franchising tedy vidíme jako tzv. staršího, zkušenějšího bratra, který nám radí, je naší oporou při těžkých chvílích, neobráť se k nám zády a máme za každé situace společnou cestu.

Denní průměrné tržby odvozené od holešovské pobočky, byly brány pouze jako orientační pomůcka, na vypočítání jednotlivých hodnot v CF. Náš cíl by byl, se dostat na hodnotu okolo lehce nad 5 000 Kč za den. Kdyby skutečnost byla menší, znamenalo by to jisté riziko neúspěchu. Toto riziko a následné možné klesání našich zdrojů, by nás dostalo do úpadku.

Hodně důležitým bodem jsou také dobré pracovní vztahy a dobrá atmosféra na pracovišti. Jedná se o malý pracovní tým, který by si měl vycházet a neměl by si házet tzv. klacky pod nohy. Proto by bylo vhodné pořádat pravidelné schůzky a porady. Tyto akce by se opravdu měly stát pravidlem a jejich časová frekvence by se měla dodržovat. Odpovědný vedoucí by

měl každý možný problém nebo riziko řešit se zaměstnanci, jednotlivé organizační změny by měly být s nimi probírány a měl by se také zajímat na jejich vlastní názor a možné řešení. Tento názor s řešením by se měl následně objevit v závěrečném rozhodnutí. Vedoucí by se neměl bránit případným navrhovaným změnám ze strany zaměstnanců. Jednotlivé úspěchy by měly být pochváleny a ohodnoceny (např. mimořádnou prémie, pracovním volnem atd.). Na motivaci a ohodnocení zaměstnanců, klademe značný důraz a patří to mezi naši prioritu. Bez spokojených zaměstnanců by úspěch kavárny nemusel přijít.

Bylo by dobré přicházet i s určitými inovacemi. Neusnout, jak se říká na vavřínech a přinášet do podnikání něco nového, vždy samozřejmě po konzultaci s franchisorem. Lidé potřebují vědět, že se nebojíme něco měnit a jsme schopni přijít s novým nápadem. Každý nový nápad může přilákat nového zákazníka nebo naopak si udržet stávajícího. Za období provozu je dobré měnit zařízení kavárny, provést výměnu používaného nádobí, výměna dekorací atd. Zákazníka, nového i stálého, musí vždy něco překvapit. Při příležitosti nějaké významné akce v městě je dobré být sponzorem. Nabídnout např. dárkové, slevové poukazy. I toto patří do záměru na zvýšení naší klientely.

Jednotlivé získané hodnoty slouží pouze jen jako podklad. Skutečnost může být značně jiná, odchylka může být pozitivní nebo negativní. Možnosti hrozeb a nástrah je daleko větší. Může dojít k zvýšení jednotlivých nákladů, k problémům ze strany franchisora, ze strany města atd. Podnikání nám může přinést i nepředpokládané výdaje, se kterými v našem podnikatelském plánu nepočítáme. Důležitou položkou je také placení daní, jak už z příjmu nebo z přidané hodnoty, v našem plánu se neobjevují, ale ve skutečném světě podnikání to bez nich nejde.

V závěru se tedy náš projekt jeví jako úspěšný. Pokud by po dobu její existence vykazoval dobré výsledky, byla by licence určitě od franchisora prodloužena a možná by nám byla nabídnuta i další spolupráce, např. při rozjezdu další pobočky kavárny např. v Hulíně. Nějaký čas uplynul a vhodné místo by se tak třeba našlo.

Je jisté, že díky franchisingu nám byly otevřeny určité cesty k úspěchu hned na začátku. Franchising nám naopak nezaručí to, že kdybychom podnikali na vlastní pěst, možný lepší výsledek by se dostavil třeba se zpožděním, ale zato ve větší formě. Každý podnikatel si proto musí zvážit, jestli chce podnikat sám nebo pomocí franchisingu. Jedná se vždy o individuální rozhodnutí a důležité je i osobnostní založení každého podnikatele.

5 Závěr

Účelem této práce bylo založení nové pobočky kavárny prostřednictvím franchisingového typu podnikání. Práce si kladla za úkol nastínit jednotlivá teoretická témata, která souvisí s touto problematikou. Dále pak vypracování podnikatelského plánu, který by měl sloužit jako ucelený soubor pro následné zhodnocení podnikatelského záměru. Důvodem vypracování práce na toto téma, bylo roční působení v holešovské kavárně, která představovala franchisora. Tato kavárna měla skvělý koncept, který přiváděl platící lidi a byl by nesmysl, kdyby se tento nápad nerozšířil do dalšího města, kde podobné zařízení takového typu chybělo.

V teoretické části byly definovány základní pojmy jako franchising, franchisor, franchisant a franchisingová smlouva, která slouží jako právní základ mezi vztahem podnikatelů. Dále byly objasněny jednotlivé výhody a nevýhody, jak z pohledu poskytovatele tak i příjemce licence. A také důležité makroekonomické a mikroekonomické výhody a nevýhody, jejichž důsledky ovlivňují společnost a především okolí společnosti. V neposlední řadě byly ukázány možnosti založení franchisingové společnosti a detailně byla popsána franchisingová smlouva, daňová a právní problematika. Podnikatelský plán se SWOT analýzou byl rovněž teoreticky popsán.

V druhé části byla představena společnost INREAL, s.r.o. jako poskytovatel licence. Byly popsány jednotlivé klady, kterým se kavárna Mlsná kočka mohla chlubit. Byly také odkryty jednotlivé požadavky, které musely být splněny ve vztahu, franchisor a franchisant.

V poslední části práce, která byla nejnáročnější, byl vypracován podnikatelský plán, který obsahoval tyto části. Podnikatelský záměr společnosti, analýzu prostředí, analýzu konkurence, možná rizika podnikatelského záměru, jednotlivé náklady (pořizovací, investiční, provozní, mzdové) a následné předvídatelné výnosy prostřednictvím odhadnutých průměrných denních příjmů. Na základě těchto údajů byl vypracován přehled o peněžních tocích ve třech variantách. Pesimistická varianta, optimistická varianta v prvním roce fungování a celkový CF za pět let provozování franchisingové licence.

Cílem tedy bylo přinést zhodnocení, zda franchising je vhodným typem podnikání tohoto podnikatelského záměru. Z tohoto důvodu byl cíl práce splněn.

Seznam použité literatury

Knížní publikace

BISIO, Rick and Mike, KOHLER. *The Educated Franchise: The How-to Book for Choosing a Winning Franchise*. Minneapolis: Hillcrest Publishing Group, 2011. ISBN 978-1-935098-53-9.

BOONE, Louis E. and David L., KURTZ. *Contemporary Business. International Student Version*. 14th ed. New York: Wiley, 2011. ISBN 978-0-470-8737-62.

ČESKÁ ASOCIACE FRANCHISINGU. *Franchising v České republice*. Praha: Integraf, 2015. ISBN 978-80-260-6814-3.

MACHKOVÁ, H., E. ČERNOHLÁVKOVÁ, A. SATO a kolektiv. *Mezinárodní obchodní operace*. 6. Vyd. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4874-0.

MULAČOVÁ, V., P. MULAČ a kolektiv. *Obchodní podnikání ve 21. Století*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-8638-4.

ŘEZNÍČKOVÁ, Martina. *Franchising, podnikání pod cizím jménem*. 3. Vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. ISBN 978-80-7400-174-4.

SHERMAN, Andrew J. *Franchising & Licensing. Two powerful ways to grow your business in any economy*. 4th ed. New York: Amacom, 2011. ISBN 978-0-8144-1556-6.

SRPOVÁ, J., V. ŘEHOŘ a kolektiv. *Základy podnikání*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-3339-5.

SRPOVÁ, J., I. SVOBODOVÁ, P. SKOPAL a T. ORLÍK. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.

STAŇKOVÁ, Anna. *Podnikáme úspěšně s malou firmou*. Praha: C. H. Beck, 2007. ISBN 978-80-7179-926-9.

VÁCHAL, Jan a Marek VOCHOZKA et al. *Podnikové řízení*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-4641-5.

VEBER, J., J. SRPOVÁ a kolektiv. *Podnikání malé a střední firmy*. 2. Vyd. Praha: Grada, 2008. ISBN 978-80-247-2409-6.

VOCHOZKA, M., P. MULAČ a kolektiv autorů. *Podniková ekonomie*. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4372-1.

Online zdroje

Euro.e15.cz: *Franchising, celkem jisté podnikání* [online]. [20. 11. 2015]. Dostupné z: <http://euro.e15.cz/profit/franchising-celkem-jiste-podnikani-922100>

Franchising.cz: *Franšíza – co to je?* [online]. [20. 11. 2015]. Dostupné z: <http://franchising.cz/abc-franchisingu/2/franchising-co-to-je/>

Franchising.cz: *Rozvoj franšízingu v Česku* [online]. [21. 11. 2015]. Dostupné z: <http://franchising.cz/abc-franchisingu/3/rozvoj-fransizingu-cesku/>

Ifranchising.cz: *O franchisingu* [online]. [20. 11. 2015]. Dostupné z: <http://www.ifranchising.cz/franchising.php?id=pocatky>

Ifranchising.cz: *Stručně o franchisingu* [online]. [20. 11. 2015]. Dostupné z: <http://www.ifranchising.cz/pdf/strucne-o-franchisingu.pdf>

Mpo.cz: *Zpráva o vývoji malého a středního podnikání a jeho podpoře v roce 2014*. [online]. [19. 04. 2016]. Dostupné z: <http://www.mpo.cz/dokument164106.html>

Seznam zkratek

CF – cash flow (přehled o peněžních tocích)

DPH – daň z přidané hodnoty

JRF – jednotný registrační formulář

KSPP – konečný stav peněžních prostředků

PSPP – počáteční stav peněžních prostředků

VZZ – výkaz zisku a ztrát

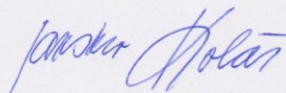
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl(a) seznámen(a) s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 6.5.2016



Seznam příloh

Příloha č. 1 (Společenská smlouva)

Příloha č. 2 (JRF)

Příloha č. 3 (Čestné prohlášení jednatele)

Příloha č. 4 (Prohlášení správce vkladu)

Příloha č. 5 (Souhlas s umístěním sídla)

Příloha č. 6 (Prohlášení odpovědného zástupce)

Příloha č. 7 (Příhláška k registraci)

Příloha č. 8 (Seznam společníků)

Příloha č. 9 (Návrh na zápis do Obchodního rejstříku)

Příloha č. 1

Společenská smlouva o založení společnosti s ručením omezeným

dle zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích (§ 146 ZOK), dle zákona č. 90/2012 Sb., nového občanského zákoníku (§ 123 odst. 1 NOZ)

1 Obchodní firma

Společníci se dohodli na založení společnosti s ručením omezeným.

Společnost vzniká dnem, ke kterému bude zapsána do Obchodního rejstříku.

Obchodní firma společnosti zní: Mountains, s. r. o. (dále jen Společnost)

2 Sídlo společnosti

Sídlo společnosti je v městě Holešov.

3 Předmět podnikání

Předmětem podnikání Společnosti je:

- Pekařství, cukrářství
- Hostinská činnost

4 Trvání společnosti

Společnost se zakládá na dobu neurčitou.

5 Společníci

Společnost má tyto společníky:

- Jaroslav Kolář, bytem Bezručova 1402/3, Holešov. Narozen 03. 10. 1991, r. č.: 911003/4197
- Sylvie Tučková, bytem Novosady 1362, Holešov. Narodena 23. 07. 1991, r. č.: 915723/6154
- Monika Kohoutová, bytem Postoupky 40, Kroměříž. Narodena 29. 09. 1992, r. č.: 925928/5750

6 Základní kapitál

Základní kapitál **500 000 Kč (pět set tisíc korun českých)** je tvořen peněžitými vklady společníků takto:

- Jaroslav Kolář 250 000 Kč

- Sylvie Tučková 125 000 Kč
- Monika Kohoutová 125 000 Kč

Zakladatelé se zavazují splatit před podáním návrhu na zápis Společnosti do obchodního rejstříku 100% svých vkladů.

Správcem vkladu se tímto ustanovuje Sylvie Tučková, 23. 07. 1991, Novosady 1362, Holešov 769 01, r. č.: 915723/6154.

7 Obchodní podíl

Výše obchodních podílů je dohodou společníků určena takto:

- Jaroslav Kolář – obchodní podíl 50 % (padesát procent)
- Sylvie Tučková – obchodní podíl 25 % (dvacet pět procent)
- Monika Kohoutová – obchodní podíl 25 % (dvacet pět procent)

Společníci vlastní jeden druh podílu, a to podíl základní.

Obchodní podíl lze převést na jinou osobu pouze se souhlasem valné hromady.

Rozdělení obchodního podílu je se souhlasem valné hromady možné jen při jeho převodu nebo přechodu na dědice nebo právního nástupce společníka.

Jestliže má při rozdělení obchodního podílu vzniknout samostatný obchodní podíl, musí být zachována minimální výše vkladu 50 000 Kč (padesát tisíc korun českých).

8 Hospodaření společnosti

- Společnost vede předepsané účetnictví a evidenci.
- Vždy k 31. prosinci běžného roku se provede účetní závěrka, podléhající schválení valnou hromadou. Součástí roční závěrky je návrh na rozdělení zisku.

9 Orgány společnosti

Orgány společnosti jsou valná hromada a jednatel.

10 Valná hromada

Působnost valné hromady upravuje zákon č. 90/2012 Sb., o obchodní korporaci (§ 151 ZOK).

Nejvyšším orgánem je valná hromada, která je tvořena všemi společníky Společnosti.

Valná hromada zasedá podle potřeb, minimálně 1x ročně.

Valná hromada je schopná usnášení, jsou-li přítomni společníci, kteří mají alespoň polovinu všech hlasů. Dle dohody náleží jednotlivým společníkům hlasy takto:

- Jaroslav Kolář – 2 hlasy
- Sylvie Tučková – 1 hlas
- Monika Kohoutová – 1 hlas

Valná hromada rozhoduje prostou většinou hlasů, nestanoví-li právní předpisy jinak.

11 Jednatel

Jednatel Společnosti se při založení ustanovuje Jaroslav Kolář, 3. 10. 1991, Bezručova 1402/3, Holešov, 769 01, r. č.: 911003/4197, který jedná jménem Společnosti samostatně.

Dle zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích jednateli přísluší obchodní vedení Společnosti. Jednatel zajišťuje řádné vedení předepsané evidence a účetnictví, vedení seznamu společníků a na žádost informuje společníky o věcech Společnosti.

Jednatel bez zbytečného odkladu poté, co se dozví, že došlo ke změně společenské smlouvy na základě jakékoliv právní skutečnosti, vyhotoví úplné znění společenské smlouvy a uloží je spolu s listinami prokazujícími změnu do sbírky listin obchodního rejstříku.

Jednatelé jmenuje valná hromada. Jednatel může být jmenován i opakovaně, a to bez omezení.

Jednatel je povinen vykonávat svou působnost s péčí řádného hospodáře a zachovávat mlčenlivost o důvěrných informacích a skutečnostech, jejichž prozrazení třetím osobám by mohlo společnosti způsobit škodu.

Jednatel může odstoupit ze své funkce, a to prohlášením doručeným Společnosti. Odstoupení musí být adresováno Společnosti, učiněno písemně a doručeno na adresu sídla Společnosti nebo osobně předána na zasedání valné hromady.

12 Rozdělení zisku

Společníci se podílejí na zisku určeném valnou hromadou k rozdělení mezi společníky v poměru svých podílů.

13 Závěrečné ustanovení

Ke změně obsahu této společenské smlouvy je třeba souhlasu všech společníků, nestanoví-li zákon jinak.

Práva a závazky smluvních stran podle této smlouvy se řídí právem České republiky.


Tato smlouva se vyhotovuje v pěti vyhotoveních, po jednom vyhotovení obdrží každý společník, dvě vyhotovení se přiloží k návrhu na zápis Společnosti do obchodního rejstříku.

Po přečtení této smlouvy smluvní strany potvrzují, že její obsah, prohlášení, práva a závazky v ní uvedené odpovídají jejich pravdivé, vážné a svobodné vůli a že tato smlouva byla uzavřena na základě vzájemné dohody, nikoli ve stavu tísně za nápadně nevýhodných podmínek. Na důkaz toho smluvní strany připojili k této smlouvě vlastnoruční podpisy.

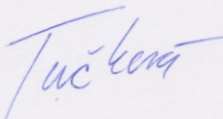
Podpisy na této smlouvě slouží zároveň jako podpisové vzory.

V Holešově dne 10. 5. 2016

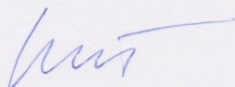
Jaroslav Kolář:



Sylvie Tučková:




Monika Kohoutová:



Podpisy všech uvedených společníků byly notářsky ověřeny. JUDr. Adam Bachner.

Příloha č. 2

 CRM CENTRÁLNÍ REGISTRAČNÍ MÍSTO	JEDNOTNÝ REGISTRAČNÍ FORMULÁŘ PRÁVNICKÁ OSOBA		podací razítko	
ČÁST A - PODNIKATEL				
01 Podnikatel				
a) obchodní firma / název právnické osoby ¹⁾		MOUNTAINS, S.R.O.		
b) právní forma		S.R.O.		c) identifikační číslo
02 Sídlo				
a) název ulice		BEZRUCOVA		b) č.p. / č.ev.
				1402/3
e) název obce		HOLEŠOV		c) číslo orientační
				d) PSČ
g) okres		KROMEŘIŽ		7,6,9,0,1
				f) část obce
				h) stát
				ČR
03 Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu) - ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašují živnost resp. žádám o koncesi				
pořadové číslo 1.		PEKAŘSTVÍ, CUKRÁŘSTVÍ		
04 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu				
a) titul	b) jméno	JAROSLAV		c) příjmení
				KOLAŘ
e) datum narození	f) rodné číslo			
0.3.1991	9.1.0.0.314.197			
05 Bydliště / pobyt²⁾ člena statutárního orgánu na území ČR				
a) název ulice		BEZRUCOVA		b) č.p. / č.ev.
				1402/3
e) název obce		HOLEŠOV		c) číslo orientační
				d) PSČ
g) okres		KROMEŘIŽ		7,6,9,0,1
				f) část obce
				h) stát
				ČR
06 Statutární orgán nebo člen statutárního orgánu				
a) titul	b) jméno			c) příjmení
e) datum narození	f) rodné číslo			
07 Bydliště / pobyt²⁾ člena statutárního orgánu na území ČR				
a) název ulice				b) č.p. / č.ev.
e) název obce				c) číslo orientační
				d) PSČ
g) okres				
				f) část obce
				h) stát
08 Odpovědný zástupce				
a) titul	b) jméno	SONA		c) příjmení
				VELNEROVA
e) státní občanství	f) rodné příjmení	VELNEROVA		g) datum narození
ČR				0.3.07.1984
i) místo narození	j) okres	KROMEŘIŽ		h) rodné číslo
				84570314125
		k) stát	ČR	l) pohlaví ¹⁾
				žena / muž ²⁾

¹⁾ vyplní se pouze u fyzické osoby, která nemá přiděleno rodné číslo

09 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice	KROMĚŘIŽSKÁ	b) č.p. / č.ev.	137	c) číslo orientační		d) PSČ	768 21
e) název obce	KVASICE	f) část obce	KVASICE				
g) okres	KROMĚŘIŽ	h) stát	ČESKÁ REPUBLIKA				

10 Pobyt odpovědného zástupce na území ČR (pro zahraniční osoby)

a) název ulice		b) č.p. / č.ev.		c) číslo orientační		d) PSČ	
e) název obce		f) část obce		g) okres			

11 Datum ustanovení do funkce odpovědného zástupce

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

12 Ustanovení odpovědného zástupce pro předměty podnikání (pořadové číslo předmětu podnikání)

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

13 Provozovna

a) název ulice	PŘEROUŠKÁ	b) č.p. / č.ev.	25	c) číslo orientační		d) PSČ	768 61								
e) název obce	BYSTŘICE POD HOSTÝMEM	f) část obce		g) okres	KROMĚŘIŽ										
h) název provozovny	MLSNÁ KOČKA	i) umístění provozovny													
j) datum zahájení provozování živnosti v provozovně		k) provozovna podléhající kolaudaci	ANO / NE ⁷												
l) předměty podnikání provozované v provozovně dle poř. čísla / u živnosti volné číslo oboru	<table border="1"> <tr> <td>/</td><td>/</td><td>/</td><td>/</td><td>/</td><td>/</td><td>/</td><td>/</td> </tr> </table>							/	/	/	/	/	/	/	/
/	/	/	/	/	/	/	/								

ČÁST B - OZNÁMENÍ PRACOVNÍHO MÍSTA

- oznamuji ve smyslu zákona o zaměstnanosti volné pracovní místo / obsazení volného pracovního místa ⁷ ÚP v			
a) místo výkonu práce	b) název profese	c) dle KZAM	d) vznik / obsazenost ⁷ ke dni
e) pracovní právní vztah na dobu určitou / neurčitou ⁷	f) pracovní doba	g) počet míst	h) výše mzdy
i) požadované vzdělání, praxe	j) zveřejňovat		ANO / NE ⁷
k) kontaktní osoba na pracovišti	l) poznámky: nabízené výhody, speciální požadavky apod.		

ČÁST C - VYBERTE ÚŘADY, VŮČI KTERÝM JE PODÁNÍ ČINĚNO

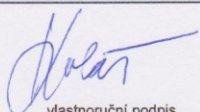
a) Živnostenský úřad	<input checked="" type="checkbox"/> počet příloh	b) Finanční úřad	<input checked="" type="checkbox"/> počet příloh	c) Úřad práce	<input type="checkbox"/> počet příloh
----------------------	--	------------------	--	---------------	---------------------------------------

ČÁST D - ADRESA PRO DORUČOVÁNÍ

a) název ulice		b) č.p. / č.ev.		c) číslo orientační		d) PSČ	
e) název obce		f) část obce		g) okres			
h) adresu použít i pro následující řízení	ANO / NE ⁷						

ČÁST E - DOPLŇUJÍCÍ ÚDAJE

a) telefon	731 040 527	b) datová schránka		c) e-mail	MOUNTAINS@MOUNTAINS.CZ
------------	-------------	--------------------	--	-----------	------------------------

jméno podatele	JAROSLAV	příjmení podatele	KOLÁŘ	 vlastnoruční podpis
vztah k právnické osobě	JEDNATEL			
v	HOLEŠOV	dne	11.5.2016	

PŘÍLOHA PŘEDMĚT PODNIKÁNÍ

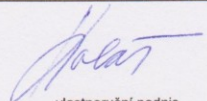
podací razítko

Identifikační část podnikatele

a) jméno a příjmení / obchodní firma / název ¹⁾ Mountains, s. r. o.	b) identifikační číslo
c) rodné číslo	d) datum narození ¹⁾

Předmět podnikání (u živnosti volně vyznačte čísla oborů činnosti na seznamu)
- ve smyslu § 45 resp. § 50 živnostenského zákona ohlašují živnost resp. žádám o koncesi

pořadové číslo 2.	Hostinská činnost
pořadové číslo 3.	
pořadové číslo 4.	
pořadové číslo 5.	
pořadové číslo 6.	
pořadové číslo 7.	
pořadové číslo 8.	
pořadové číslo 9.	
pořadové číslo 10.	
pořadové číslo 11.	

jméno podatele Jaroslav	příjmení podatele Kolář	 vlastnoruční podpis
vztah k právnické osobě Jednatel		
V Holešov	dne 11. 5. 2016	

¹⁾ vyplní pouze fyzická osoba, která nemá přiděleno rodné číslo
MPO PP – vzor č. 02 (082010)

Příloha č. 3

Čestné prohlášení jednatele společnosti Mountains, s. r. o.

Já, níže podepsaný **Jaroslav Kolář, r. č.: 911013/4197, bytem Bezručova 1402/3, Holešov 769 01**, tímto prohlašuji, že souhlasím se svým ustanovením do funkce jednatele Společnosti, a s převzetím povinností v rozsahu stanoveném příslušnými ustanoveními zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních korporacích v platném znění.

Dále prohlašuji, že splňuji podmínky pro výkon funkce jednatele společnosti, a to: **svéprávnost, bezúhonnost a nejsem statutárním orgánem v jiné společnosti, na kterou byl prohlášen konkurz nebo podán insolvenční návrh.**

Níže uvedený úředně ověřený podpis představuje vzor podpisu, kterým se budu jako jednatel Společnosti podepisovat.

V Holešově dne 6. 6. 2016

Podpis jednatele:



Příloha č. 4

Prohlášení správce vkladu

Já, **Sylvie Tučková**, bytem **Novosady 1362, Holešov, r. č.: 915723/6154**, prohlašuji, že základní kapitál ve výši 500 000 Kč (pět set tisíc korun českých) Společnosti Mountains, s. r. o., byl splacen jejími zakladateli v plné výši dle Společenské smlouvy.

Jaroslav Kolář	250 000 Kč	250 000 Kč	100 %
Sylvie Tučková	125 000 Kč	125 000 Kč	100 %
Monika Kohoutová	125 000 Kč	125 000 Kč	100 %

Základní kapitál byl vložen na bankovní účet Společnosti Mountains, s. r. o.

V Holešově dne 6. 6. 2016

Podpis správce vkladu:

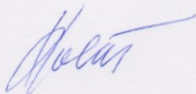
Příloha č. 5

Souhlas s umístěním sídla společnosti Mountains, s. r. o.

Já, **Jaroslav Kolář, r. č.: 911003/4197, bytem Bezručova 1402/3, 769 01, Holešov**, jako výlučný vlastník budovy čp. 3, v Holešově, postavené na pozemku č. 1764/4 – zastavěna plocha a nádvoří, číslo LV 456 pro katastrální úřad Holešov (okres Kroměříž) prohlašuji, že souhlasím s umístěním sídla Společnosti Mountains, s. r. o., ve výše uvedené nemovitosti.

V Holešově dne 11. 5. 2016

Podpis:



Příloha: Ověřený výpis z katastru nemovitostí

Příloha č. 6



PROHLÁŠENÍ ODPOVĚDNÉHO ZÁSTUPCE

podací razítko

Identifikační část podnikatele

a) jméno a příjmení / obchodní firma / název ¹⁾ MOUNTAINS, S.R.O.	b) identifikační číslo
c) rodné číslo	d) datum narození ¹⁾

01 Odpovědný zástupce

a) titul	b) jméno SONA	c) příjmení VELNEROVA	d) titul
e) datum narození 03.07.1984			

02 Bydliště odpovědného zástupce

a) název ulice KROMĚŘIŽSKÁ	b) číslo popisné 137	c) číslo orientační	d) PSČ 76821
e) název obce KVASICE	f) část obce KVASICE		
g) okres KROMĚŘIŽ	h) stát ČR		

Prohlašuji ve smyslu ustanovení § 46 odst. 1 a 2 zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání (živnostenský zákon), ve znění pozdějších předpisů, že souhlasím s ustanovením do funkce odpovědného zástupce u výše uvedeného podnikatele.

03 Předmět podnikání

PEKÁŘSTVÍ, CUKRÁŘSTVÍ
HOSTINSKÁ ČINNOST

jméno SONA	příjmení VELNEROVA	 <small>podpis odpovědného zástupce ²⁾</small>
V HOLEŠOV	dne 11.5.2016	

¹⁾ vyplní pouze fyzická osoba, která nemá přidělené rodné číslo

²⁾ podpis na prohlášení musí být úředně ověřen, neúčinní-li odpovědný zástupce prohlášení před živnostenským úřadem
MPO POZ – vzor č. 02 (082010)

Příloha č. 7

Než začnete vyplňovat tiskopis, přečtěte si, prosím, pokyny

Vytištěno aplikací **EPO**

Finančnímu úřadu pro / Specializovanému finančnímu úřadu
Zlínský kraj

Územní pracoviště v, ve, pro
Holešově

01 Daňové identifikační číslo
C Z

otisk podacího razítka finančního úřadu

PŘIHLÁŠKA K REGISTRACI pro právnické osoby

02

a) k dani z příjmů právnických osob ☐ Ano

b) k dani silniční ☐ ode dne

c) k dani z příjmů jako plátců: 1. daně z příjmů ze závislé činnosti ☐ ode dne

2.1. daně z příjmů FO vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně ☐ ode dne

2.2. daně z příjmů PO vybírané srážkou podle zvláštní sazby daně ☐ ode dne

3. zajišťující daň z příjmů ☐ ode dne

03 Název právnické osoby, včetně dodatku
M o u n t a i n s , s . r . o .

04 Identifikační číslo
2 7 5 0 2 1 2 3

05 Sídlo

a) ulice a číslo orientační, část obce a číslo popisné
B e z r u č o v a , 1 4 0 2 / 3

b) obec
H o l e š o v

c) PSČ
7 6 9 0 1

d) stát
Č e s k á R e p u b l i k a

06 Kontaktní údaje

a) telefon
7 3 1 0 4 0 5 2 4

telefon
mountains@mountains.cz

b) e-mail

07 Počátek provozování výdělečné činnosti / činnosti podrobené dani dne: 0 9 0 6 2 0 1 6

08 Oprávnění k podnikání
vydáno v ČR ano / ne ☐ A (v případě, že vyplníte ne, je nutné toto oprávnění k podnikání doložit jako přílohu)

09 Organizační složky obchodního závodu: a) počet odštěpných závodů (samostatná příloha)

b) počet provozoven 1 (samostatná přihláška k registraci pro plátcovy pokladny)

c) počet plátcových pokladen

25 5102 MFin 5102 - vzor č. 20

1

10 Čísla účtů u poskytovatelů platebních služeb

a) účty v ČR vedené v CZK

číslo účtu / směrový (identifikační) kód

0215837234/0300

vlastníkem účtu je daňový subjekt
ano / ne

Ano

b) účet vedený v zahraničí nebo účet v cizí měně

IBAN

typ ID banky

ID banky

měna, ve které
je účet veden

vlastníkem účtu je
daňový subjekt
ano / ne

název účtu

název banky

ulice banky

město banky

PSČ (ZIP-code) banky

stát

11 Adresa pro doručování

a) ulice a číslo orientační, část obce a číslo popisné

b) obec

c) PSČ

12 Právní předchůdce

a) Daňové identifikační číslo

C Z

b) Identifikace

13 Zahraniční DIČ

Stát

14 Očekávaná daňová povinnost

Daň z příjmů právnických osob

Daň silniční

5 0 0 0 . 0 0

Kč

Kč

PROHLAŠUJI, ŽE VŠECHNY MNOU UVEDENÉ ÚDAJE V TÉTO PŘÍHLÁŠKE K REGISTRACI JSOU PRAVDIVÉ A ÚPLNÉ
A STVRZUJI JE SVÝM PODPISEM A JSEM SI VĚDOM SVÉ POVINNOSTI HLÁSIT KAŽDOU ZMĚNU DO 15 DNŮ.

Údaje o podepisující osobě:	Kód podepisující osoby:
<div></div>	
Jméno(-a) a příjmení / Název právnické osoby	
<div></div>	
Datum narození / Evidenční číslo osvědčení daňového poradce / IČ právnické osoby	
<div></div>	
Fyzická osoba oprávněná k podpisu (je-li daňový subjekt či zástupce právnickou osobou), s uvedením vztahu k právnické osobě (např. jednatel, pověřený pracovník apod.)	
Jméno(-a) a příjmení / Vztah k právnické osobě	
<div>J a r o s l a v , K o l á ř , / J e d n a t e l</div>	

Daňový subjekt / Osoba oprávněná k podpisu:	Vlastnoruční podpis daňového subjektu / osoby oprávněné k podpisu
Datum	<div></div>
<div>1 0 0 6 2 0 1 6</div>	Otisk razítka
	<div></div>

Příloha č. 8

Seznam společníků společnosti Mountains, s. r. o.

IČO: 27502123

Sídlo: Holešov

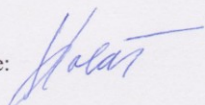
Na základě zákona č. 90/2012 Sb., o obchodních společnostech a družstvech (§ 139 odst. 2) byl vypracován následující seznam společníků.

Jméno	Rodné číslo	Bydliště	Výše vkladu	Podíl	Označení podílů	Počet hlasů	Příplatek
Jaroslav Kolář	911003/4195	Bezručova 1402/3, Holešov	250 000 Kč	50 %	základní	2	žádný
Sylvie Tučková	915723/6154	Novosady 1362, Holešov	125 000 Kč	25 %	základní	1	žádný
Monika Kohoutová	925928/5750	Postoupky 40, Kroměříž	125 000 Kč	25 %	základní	1	žádný

Kmenová listy nebyly vydány.

V Holešově dne 6. 6. 2016

Podpis jednatele:



Příloha č. 9

Návrh na zápis zapsaných údajů do obchodního rejstříku

I. REJSTŘÍKOVÝ SOUD, KTERÉMU JE NÁVRH URČEN

Soud	Krajský soud v Brně
Ulice	Husova
Číslo domu	353/15
PSČ	60200

Místo pro nalepení kolkových známek

II. NAVRHOVATEL

Jméno a příjmení nebo obchodní firma či název + IČ	Adresa navrhovatele
JAROSLAV KOLÁŘ	Bezručova 1402/3 769 01 Holešov

III-1. ÚDAJE O SUBJEKTU, KTERÝ JE PŘEDMĚTEM NÁVRHU

Obchodní firma nebo název	Mountains, s.r.o.		
Adresa sídla	Bezručova 1402/3, 769 01 Holešov		
Identifikační číslo		Kód ID RZP	73126807
Právní forma	Společnost s ručením omezeným		
Rejstříkový soud	Krajský soud v Brně		
Požadovaná akce	Prvozápis		

III-2. PŘEDMĚT NÁVRHU NA ZÁPIS SPOLEČNOSTI S RUČENÍM OMEZENÝM

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Název	Zapsat ke dni: Výchozí datum	
	Mountains, s.r.o.	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Adresa sídla	Zapsat ke dni: Výchozí datum	
Adresa	Bezručova 1402/3	
	769 01 Holešov	
Doplňkový text adresy		
Doručovací číslo, bylo-li přiděleno		

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Předmět podnikání	Zapsat ke dni: Výchozí datum	
	Pekařství, Cukrářství	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Předmět podnikání	Zapsat ke dni: Výchozí datum	
	Hostinská činnost	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Název statutárního orgánu	Zapsat ke dni: Výchozí datum	
Název	Statutární orgán	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Člen statutárního orgánu - fyzická osoba		Zapsat ke dni: Výchozí datum
Funkce	Jednatel	
Titul		
Jméno	JAROSLAV	
Příjmení	KOLÁŘ	
Titul za jménem		
Datum narození	03.10.1991	
Rodné číslo	911003/4197	
Adresa místa pobytu		
Adresa	Bezručova 1402/3 769 01 Holešov	
Stát	Česká republika	
Den vzniku funkce	Dnem zápisu do rejstříku	
Den zániku funkce		
Doplňující text		
Údaje, které slouží výhradně k ověření bezúhonnosti		
Rodné příjmení		
Místo a okres narození	Brno, Brno město	
Stát narození	Česká republika	
Státní občanství	Česká republika	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Počet členů statutárního orgánu		Zapsat ke dni: Výchozí datum
	1	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Způsob jednání statutárního orgánu		Zapsat ke dni: Výchozí datum
	Jednatel jedná samostatně.	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Společník		Zapsat ke dni: Výchozí datum
Název	Společníci	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Společník - fyzická osoba		Zapsat ke dni: Výchozí datum
Titul		
Jméno	SYLVIE	
Příjmení	TUČKOVÁ	
Titul za jménem		
Datum narození	23.07.1991	
Rodné číslo	915723/6154	
Adresa místa pobytu		
Adresa	Novosady 1362	
	769 01 Holešov	
Stát	Česká republika	
Doplňující text		

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Vklad a podíl		Zapsat ke dni: Výchozí datum
Výše vkladu	125000,00 v korunách (Kč)	
Rozsah splacení	100,00 v procentech	
Výše obchodního podílu	25,00 v procentech	
Druh podílu	základní	
Údaj o vydání kmenového listu	nevydán	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Společník - fyzická osoba		Zapsat ke dni: Výchozí datum
Titul		
Jméno	MONIKA	
Příjmení	KOHOUTOVÁ	
Titul za jménem		
Datum narození	28.09.1992	
Rodné číslo	925928/5750	
Adresa místa pobytu		
Adresa	Postoupky 40	
	767 01 Kroměříž	
Stát	Česká republika	
Doplňující text		

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Vklad a podíl	Zapsat ke dni: Výchozí datum	
Výše vkladu	125000,00 v korunách (Kč)	
Rozsah splacení	100,00 v procentech	
Výše obchodního podílu	25,00 v procentech	
Druh podílu	základní	
Údaj o vydání kmenového listu	nevydán	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Společník - fyzická osoba	Zapsat ke dni: Výchozí datum	
Titul		
Jméno	JAROSLAV	
Příjmení	KOLÁŘ	
Titul za jménem		
Datum narození	03.10.1991	
Rodné číslo	911003/4197	
Adresa místa pobytu		
Adresa	Bezručova 1402/3 769 01 Holešov	
Stát	Česká republika	
Doplňující text		

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Vklad a podíl	Zapsat ke dni: Výchozí datum	
Výše vkladu	250000,00 v korunách (Kč)	
Rozsah splacení	100,00 v procentech	
Výše obchodního podílu	50,00 v procentech	
Druh podílu	základní	
Údaj o vydání kmenového listu	nevydán	

ÚDAJ	ZAPISOVANÝ	VYMAZÁVANÝ
Základní kapitál	Zapsat ke dni: Výchozí datum	
Výše	500000,00 v korunách (Kč)	
Doplňující text		

IV. PŘÍLOHY

Pořadové číslo	Předkládaná listina	Počet vyhotovení
1	Společenská smlouva	1
2	Souhlas s umístěním sídla společnosti	1
3	Výpis z katastru nemovitostí	1
4	Čestné prohlášení jednatele	1
5	Prohlášení správce vkladu	1
6	Výpis z živnostenského rejstříku	1

V. DATUM PROVEDENÍ ZÁPISU

Žádám, aby všechny výše uvedené skutečnosti byly zapsány do rejstříku v zákonem stanovené lhůtě.

VI. ZÁVĚREČNÁ ČÁST

Jméno a příjmení osoby, jednající jménem návrhovatele a označení jejího oprávnění jednat jménem návrhovatele

Jaroslav Kolář

V případě vytištění formuláře určeného pro elektronický podpis zajistěte úřední ověření pravosti podpisů.

Holešov dne 6.6.2016